

**PENERAPAN *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA EFISIENSI BIAYA
PRODUKSI PRODUK GETHUK PISANG
(Kasus Penjualan Secara *Online* Di UKM Citra Baru Kediri)**

Oleh:
PANDHAN RENGGANIS



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**PENERAPAN *TARGET COSTING* SEBAGAI UPAYA EFISIENSI BIAYA
PRODUKSI PRODUK GETHUK PISANG
(Kasus Penjualan Secara *Online* Di UKM Citra Baru Kediri)**

Oleh:

PANDHAN RENGGANIS

145040101111051

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG**

2018

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Malang, Maret 2018

Pandhan Rengganis

145040101111051

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL:

Judul : Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Efisiensi Biaya
Produksi Produk Gethuk Pisang (Kasus Penjualan Secara
Online Di UKM Citra Baru Kediri)

Nama : Pandhan Rengganis

NIM : 145040101111051

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Disetujui,
Pembimbing Utama,

Ir. Heri Santoso Hadi Subagyo, SU.
NIP. 195403051981031005

Diketahui,
Ketua Jurusan

Sosial Ekonomi Pertanian FP UB

Mangku Purnomo, SP.,M.Si.,Ph.D
NIP. 197704202005011001


Taoggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II


Prof. Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS.
NIP. 195307151981031006


Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS.
NIP. 195611111986011002

Penguji III


Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.
NIP. 195403051981031005

Tanggal Lulus:

LEMBAR PERSEMBAHAN

Lembar persembahan ini penulis buat sebagai tanda ucapan terima kasih untuk orang-orang yang sudah berjasa dan mendukung penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi. Penulis sangat bersyukur mengenal orang-orang yang sangat baik dan membantu penulis dalam kesulitan apapun. Mereka adalah:

1. Keluarga penulis; Bapak Harsinto, Ibu Sri Sumila, Kakak Mudho Saksono, Kakak Rika Miftahul Jannah, dan Keponakan Zhafira Nindya Sartika. Berbahagianya penulis memiliki keluarga yang selalu mendukung penulis dalam keadaan apapun.
2. Tim sukses penulis; Ica, Meidi, Prinka, Aldi, dan Galih. Tanpa kalian, penulis tidak akan bisa melaksanakan seminar proposal, seminar hasil hingga ujian komprehensif dengan lancar.
3. Teman-teman yang membantu dalam pengerjaan skripsi penulis; Keke, Reni, dan Yunita. Mereka adalah teman-teman penulis yang selalu bersedia untuk ditanya terkait skripsi dan tata cara pendaftaran seminar-seminar.
4. Teman-teman yang selalu membantu penulis selama berada di Malang; Hesty, Ilma, Intan, Riza, dan Tiwi. Terimakasih atas pengalaman selama 4 tahunnya di Malang yang sudah membantu penulis baik dalam keadaan susah dan senang.
5. Serta semua teman-teman yang sudah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

RINGKASAN

Pandhan Rengganis. 145040101111051. Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Efisiensi Biaya Produksi Produk Gethuk Pisang (Kasus Penjualan Secara *Online* Di UKM Citra Baru Kediri). Dibawah bimbingan Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.

Gethuk pisang merupakan makanan tradisional khas Kediri. Kepopuleran gethuk pisang menyebabkan banyak *home industry* yang membuka usaha gethuk pisang, salah satunya yaitu UKM Citra Baru. UKM Citra baru memiliki cara agar tetap eksis dipasaran yaitu menjualkan produknya melalui media sosial (*online*) yaitu *website*, *facebook*, dan *whatsapp*. Kendala yang dialami UKM Citra Baru yaitu harga dari bahan baku utama yaitu pisang raja angka yang fluktuatif; sulitnya mendapatkan daun pisang kepok pada musim kemarau dan berangin; masih sedikitnya konsumen yang mengetahui bahwa produk gethuk pisang dapat dipesan melalui *website*, *facebook*, dan *whatsapp*; dan keuntungan yang didapat belum sesuai dengan harapan perusahaan. Dengan permasalahan tersebut, efisiensi biaya produksi menggunakan *target costing* dibutuhkan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini memiliki 3 tujuan yaitu mendeskripsikan perbandingan perkembangan sistem penjualan *online* dan *offline*; menganalisis biaya produksi yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima dari penjualan *online*; serta menganalisis hasil efisiensi biaya produksi dan keuntungan dari penjualan secara *online* di perusahaan dengan penerapan *target costing*.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. UKM Citra Baru merupakan usaha yang mewakili perusahaan gethuk pisang untuk mengungkapkan fenomena yang terjadi di lapang dan sebagai syarat dari pendekatan metode kuantitatif. Metode penentuan lokasi menggunakan metode *purposive*, yaitu lokasi penelitian dipilih secara sengaja. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*, yaitu penentuan responden dipilih secara sengaja. Responden yang dipilih merupakan *key informant* yang mengerti mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode *standard costing*, *target costing*, dan analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perbandingan antara penjualan *online* dan penjualan *offline* menunjukkan hasil persentase sebesar 80% untuk penjualan *online* dan 20% untuk penjualan *offline*. Berdasarkan persentase tersebut, konsumen lebih berminat membeli produk gethuk pisang secara *online*. Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2017 sebesar Rp 189.061.509,- dengan biaya non produksi sebesar Rp 1.703.500,-. Keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 33.234.991,- dengan persentase penjualan sebesar 16% atau Rp 408,- per kemasan untuk penjualan *online*. Setelah dilakukan penerapan *target costing*, perusahaan mampu menekan biaya produksi menjadi Rp 156.800.000,- per tahun. Pengeluaran untuk gethuk pisang yang terjual *online*, yaitu sebesar Rp 1.750,- per kemasan dan keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 750,- per kemasan.

SUMMARY

Pandhan Rengganis. 145040101111051. *The Implementation Of Target Costing Production Cost Efficiency On Gethuk Pisang (Case As An Efford To Online – Based In UKM Gethuk Pisang Citra Baru Kediri). Supervised by Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU.*

Gethuk pisang is Kediri's traditional food. The popularity of gethuk pisang causes many home industries to open the business of gethuk pisang, one of them is UKM Citra Baru. UKM Citra Baru has a way to keep exist in the market selling its products through social media (online) like website, Facebook, and Whatsapp. The obstacles experienced by UKM Citra Baru are the fluctuating price of the main raw materials, Raja Nangka banana; difficulty in obtaining Kepok banana leaves in dry season and windy condition; consumers still don't know much that gethuk pisang products can be ordered through website, Facebook, and Whatsapp; and the profit earned is not in line with the company's expectations. These problems required production cost efficiency using target costing. Based on these problems, this study has 3 objectives, they are describing the comparison of the development of online and offline sales system; analyze the production cost incurred and the profit received from online sales; and analyzing the results of production cost efficiency and profit from online sales in the company with the implementation of target costing.

This research using quantitative approach. UKM Citra Baru is a business representing the gethuk pisang company to reveal the phenomena that occurs in the field and it's used as a condition of the approach of quantitative methods. The method of determining the location using purposive method and the location was chosen intentionally. Determination of respondents in this study using purposive technique, which is chosen intentionally. The selected respondents were key informants who understand the data needed in this research. Method of data collection using observation, interview, and documentation. Data analysis method using standard costing method, target costing method, and descriptive analysis.

The results of this study indicate that the comparison between online sales and offline sales shows a percentage yield of 80% for online sales and 20% for offline sales. Based on that percentage, consumers are more interested in buying gethuk pisang products by online. Production cost incurred during 2017 is Rp 189,061,509,- with non production cost of Rp 1,703,500,-. The profit earned is Rp 33,234,991,- with a sales percentage of 16% or Rp 408,- per package for online sales. After the implementation of target costing, the company is able to reduces the production cost to Rp 156,800,000,- per year. Expenses for gethuk pisang sold online amounted to Rp 1,750,- per package and profit earned of Rp 750,- per package.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang dengan rahmat dan hidayah-Nya telah menuntun penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Efisiensi Biaya Produksi Produk Gethuk Pisang (Kasus Penjualan Secara *Online* Di UKM Citra Baru Kediri)”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Heru Santoso Hadi Subagyo, SU., selaku dosen pembimbing atas segala nasihat, arahan, saran, serta bimbingannya kepada penulis.
2. Keluarga Bapak Harsinto, BE serta Ibu Sri Sumila yang telah memberikan dukungan, perhatian, kasih sayang, serta doa terhadap penulis.
3. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulisan tugas akhir ini didasarkan pada hasil pengambilan data penelitian yang dilaksanakan pada bulan Januari 2018 dan atas persetujuan dosen pembimbing. Manfaat dari penulisan tugas akhir ini bagi mahasiswa dan penulis adalah mampu menambah ilmu pengetahuan bagi mahasiswa pada saat di bangku perkuliahan serta melatih mahasiswa untuk berfikir logis. Bagi perusahaan terkait adalah diharapkan mampu membantu usaha Gethuk Pisang Citra Baru dalam menentukan keuntungan yang diinginkan dan dapat mengambil keputusan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca. Serta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *target costing*.

Malang, Maret 2018

Pandhan Rengganis

145040101111051

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Pandhan Rengganis, dilahirkan di Kediri pada tanggal 01 Mei 1996 merupakan putri kedua dari dua bersaudara dari Bapak Harsinto, BE dan Ibu Sri Sumila.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Ngronggo VIII Kediri pada tahun 2002 sampai tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 4 Kediri pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2011. Pada tahun 2011 sampai tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikannya di SMAN 3 Kediri. Pada tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi asisten praktikum Mata Kuliah Usahatani semester ganjil 2016/2017, Rancangan Usaha Agribisnis semester genap 2016/2017, Usahatani semester ganjil 2017/2018, Manajemen Agribisnis semester ganjil 2017/2018, Kewirausahaan semester ganjil 2017/2018, Rancangan Usaha Agribisnis semester genap 2017/2018, dan Manajemen Produksi dan Operasi dalam Perusahaan semester genap 2017/2018. Penulis pernah aktif dalam kepanitiaan Pasca PLA 1 (Pendidikan dan Latihan Anggota) pada tahun 2014, Olimpiade Agribisnis pada tahun 2014, dan POSTER FP UB (Program Orientasi Studi Terpadu Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya) pada tahun 2015. Penulis juga pernah mengikuti kegiatan *School Of Women* yang diselenggarakan oleh Eksekutif Mahasiswa Universitas Brawijaya pada tahun 2015.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR SKEMA	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	7
2.2 Konsep Biaya	10
2.3 Biaya Standar	14
2.4 Metode Target Costing	15
2.5 Rekayasa Nilai	19
III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN.....	21
3.1 Kerangka Pemikiran.....	21
3.2 Hipotesis	24
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
IV. METODE PENELITIAN	27
4.1 Pendekatan Penelitian	27
4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
4.3 Metode Penentuan Responden.....	27
4.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
4.5 Metode Analisis Data.....	28
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
5.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	31
5.2 Perbandingan Penjualan <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	37
5.3 Analisis <i>Standard Costing</i>	42
5.4 Analisis <i>Target Costing</i>	52
5.5 Perbandingan Analisis <i>Standard Costing</i> dan <i>Target Costing</i>	58
VI. PENUTUP	60

6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Definisi Operasional	24
2	Jumlah Tenaga Kerja	33
3	Persentase Minat Konsumen Dalam Pemesanan <i>Online</i>	38
4	Sebaran Penjualan <i>Online</i> Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	40
5	Total Produksi Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	43
6	Volume Penjualan Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	44
7	Biaya Bahan Baku Langsung Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	45
8	Upah Tenaga Kerja Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	47
9	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017 ..	48
10	Biaya Non Produksi Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	49
11	Total Biaya Per Kemasan Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	50
12	Perhitungan Laba Rugi Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017 ..	50
13	Perhitungan Margin Laba Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	51
14	Target Laba yang Diharapkan Gethuk Pisang UKM Citra Baru	53
15	Perhitungan Target Biaya Gethuk Pisang UKM Citra Baru	54
16	Total Biaya Produksi yang Efisien Gethuk Pisang UKM Citra Baru	54
17	Efisiensi Biaya Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai	56
18	Perbandingan Hasil Analisis Gethuk Pisang UKM Citra Baru Per Kemasan	59
19	Perbandingan Hasil Analisis Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	59

DAFTAR SKEMA

Nomor	Teks	Halaman
1	Penetapan <i>Target Costing</i>	19
2	Kerangka Pemikiran Penerapan Target Costing Sebagai Upaya Efisiensi Biaya Produksi Berbasis Online Pada Produk Gethuk Pisang. .	23
3	Bagan Struktur Organisasi.....	32
4	Proses Pembuatan Gethuk Pisang	35



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1	<i>Gantt Chart</i> Persentase Penjualan Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	38
2	<i>Gantt Chart</i> Persentase Penjualan <i>Online</i> Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017	39
3	Tampilan <i>Website</i> Gethuk Pisang Citra Baru	39



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Dokumentasi Proses Produksi Gethuk Pisang.....	65
2	Dokumentasi Proses Pengemasan Gethuk Pisang	66
3	Dokumentasi Produk Gethuk Pisang Citra Baru	68
4	Dokumentasi Bersama Pemilik UKM Citra Baru	69
5	Biaya Bahan Baku Per Bulan	70
6	Rincian Upah Tenaga Kerja Tahun 2017	70
7	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tahun 2017	71
8	Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik Tahun 2017	72
9	Rincian Biaya Non Produksi Tahun 2017	74
10	Biaya Produksi Tahun 2017	74
11	Efisiensi Biaya Sebelum Rekayasa Nilai.....	75
12	Efisiensi Biaya Sesudah Rekayasa Nilai	75
13	Asumsi Setelah Kerjasama dengan <i>Go-food</i> dan Penerapan Rekayasa Nilai	76



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gethuk pisang merupakan makanan tradisional khas Kediri. Makanan ini berbahan dasar dari buah pisang raja nangka. Pisang raja nangka dipilih karena pisang ini memiliki cita rasa yang khas yaitu rasa manis dan masam yang bercampur menjadi satu. Pengemasannya pun cukup unik yaitu menggunakan daun pisang. Daun pisang yang digunakan menggunakan jenis pisang kepok, karena jenis daunnya tidak mudah rusak. Keunikan bahan yang digunakan, menjadikan gethuk pisang sebagai salah satu makanan oleh-oleh dari Kediri.

Kepopuleran gethuk pisang menyebabkan banyak *home industry* yang membuka usaha gethuk pisang. Banyaknya usaha gethuk pisang di Kediri membuat persaingan antar produsen gethuk pisang semakin tajam (Pratiwi, 2015). Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur, jumlah umkm di Kota Kediri pada tahun 2017 sebesar 29.306 usaha. Usaha yang bergerak dibidang industri pengolahan sebesar 1.198 usaha. Banyaknya industri pengolahan yang terdapat di Kediri, mengharuskan produsen berpikir lebih keras untuk menaikkan keuntungan, karena banyaknya pesaing yang menjual produk dan harga yang sama.

Kebanyakan produsen masih menerapkan analisis biaya produksi *standard costing*. Menurut Adinegara (2014), *standard costing* adalah biaya yang dibebankan berdasarkan estimasi yang beralasan dan tarif yang dianggarkan sesuai dengan biaya sesungguhnya. Putri (2013) menjelaskan bahwa biaya standar merupakan biaya yang telah ditetapkan sebelum biaya yang semestinya dikeluarkan dalam proses produksi. Analisis biaya produksi *standard costing* dirasa kurang efisien, karena metode tersebut kurang menghasilkan keuntungan yang diharapkan produsen. Produsen memerlukan analisis biaya yang mampu mengatasi permasalahan tersebut. Salah satu cara mengatasinya yaitu menggunakan metode *target costing* dalam penerapan biaya produksi.

Menurut Malue (2013), *target costing* merupakan metode penentuan biaya yang diharapkan dari suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan memperoleh laba yang diharapkan. Menurut Adinegara

(2014), proses *target costing* tidak hanya sekedar menentukan target biaya, tetapi termasuk cara mencapai biaya dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Penggunaan *standard costing* dan *target costing* memiliki perbedaan dalam fungsinya. *Standard costing* memiliki tujuan untuk meminimalkan antara biaya yang dibebankan dan biaya sesungguhnya pada tahap produksi. Pada *target costing*, selain meminimalkan biaya sesungguhnya dengan yang dibebankan, perusahaan juga harus mempertimbangkan berbagai sudut pasar yang terdiri dari konsumen dan pesaing dalam rangka pengendalian biaya dan memenuhi laba yang diinginkan.

Salah satu usaha gethuk pisang di Kediri yang belum menerapkan analisis biaya *target costing* yaitu UKM Citra Baru. UKM Citra Baru didirikan sejak tahun 2001 dan telah terdaftar pada DEPKES RI No. 130/13.04/94. UKM Citra Baru merupakan penghasil gethuk pisang dengan kapasitas produksi sebesar 500 gethuk pisang/hari. Produk dari gethuk pisang tersebut dipasarkan dengan harga Rp 2.500,- tiap bungkus dengan diameter gethuk ± 8 cm. UKM Citra Baru juga menerima pesanan dari konsumen secara *offline* dan *online*. Pemesanan *offline* dilakukan dari konsumen yang datang langsung ke tempat produksi untuk memesan. Pemesanan secara *online* dilakukan oleh konsumen melalui *website*, *facebook*, dan *whatsapp* milik UKM Citra Baru.

Pemilik UKM Citra Baru menyediakan *website*, *facebook*, dan *whatsapp* bertujuan untuk mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju dengan memanfaatkan *gadget*, sehingga memudahkan konsumen dalam memesan. Tujuan lain dalam penggunaan *website*, *facebook*, dan *whatsapp* karena dengan penjualan secara *online*, produk yang ditawarkan lebih efisien, jangkauan lebih luas, serta lebih cepat diterima oleh konsumen. Anshari (2015) berpendapat bahwa internet merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk dekat dengan khalayak. Banyak sekali penawaran penjualan produk yang diberikan melalui internet, baik lokal maupun internasional, harga mahal hingga harga yang murah. Menurut Annisa (2014) bisnis yang dilakukan secara *online* lebih praktis dan fleksibel karena hanya bermodalkan *gadget* dan *provider* dalam kelancaran jaringan internet, aktivitas pemasaran maupun komunikasi dengan konsumen dapat dilakukan dimana saja.

Sebuah usaha pasti memiliki kendala di dalamnya, tidak terkecuali dengan usaha gethuk pisang di UKM Citra Baru. Kendala yang dialami oleh UKM Citra Baru yaitu banyaknya persaingan antar produsen gethuk pisang di Kediri, menyebabkan kurang mampunya sebuah usaha untuk menaikkan keuntungan. Keuntungan dapat dicapai oleh usaha gethuk pisang Citra Baru apabila menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas dalam produk tersebut menggunakan metode *target costing*. Metode *target costing* ini berfungsi untuk mengetahui biaya produksi yang efisien untuk digunakan oleh UKM Citra Baru, sehingga menghasilkan keuntungan yang sesuai dengan harapan produsen. Untuk menghasilkan keuntungan yang sesuai, produsen harus mengetahui seberapa besar biaya yang akan diturunkan.

Hasil penelitian ini dinilai penting karena produsen belum mampu mencapai target keuntungan yang diharapkan, sehingga diperlukan analisis biaya untuk memberikan acuan seberapa besar biaya yang dikeluarkan secara efisien oleh perusahaan saat produksi. Harapan dari penelitian ini yaitu UKM Citra Baru mampu menekan biaya produksi dan memenuhi keuntungan yang diinginkan. Produsen diharapkan mampu dalam menggunakan metode *target costing* ini pada perencanaan produksi tahun berikutnya, sehingga usaha Gethuk Pisang terus berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Banyaknya usaha gethuk pisang di Kediri menyebabkan persaingan antar produsen semakin ketat. Produsen usaha gethuk pisang harus mampu bersaing dengan produsen lain agar tetap eksis dipasaran. Salah satu produsen usaha gethuk pisang tersebut adalah UKM Citra Baru. UKM Citra baru memiliki cara agar tetap eksis dipasaran tidak hanya menjual produknya di *outlet*, tapi juga menjualkannya melalui media sosial (*online*). Media sosial yang digunakan adalah *website*, *facebook*, dan *whatsapp*. Tujuan dalam penggunaan *website*, *facebook*, dan *whatsapp* yaitu sebagai salah satu cara perusahaan dalam memasarkan produknya. Konsumen yang memesan melalui media sosial kebanyakan konsumen yang berasal dari Kediri namun bertempat tinggal di luar Kota Kediri serta konsumen

yang sengaja memesan untuk dijual kembali. Produk yang terjual melalui *online* lebih banyak dibandingkan produk yang terjual *offline*, yaitu sebesar $\pm 80\%$.

Harga untuk gethuk pisang yang dipesan secara *offline* dan *online* tergantung dari permintaan konsumen. UKM Citra Baru menawarkan harga mulai dari Rp 1.250,-/bungkus; Rp 2.000,-/bungkus; Rp 2.500,-/bungkus; dan Rp 4.000/bungkus. Banyaknya harga yang ditawarkan tersebut hanya terdapat satu harga yang sering dipesan oleh konsumen yaitu harga gethuk yang sebesar Rp 2.500,- tiap bungkus dengan diameter gethuk ± 8 cm. Harga lainnya tidak begitu sering dipesan karena peminatnya yang sedikit.

Varian harga jual yang ditawarkan UKM Citra Baru belum mampu mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan harapan. Hal ini disebabkan karena harga dari bahan baku utama yaitu pisang raja nangka yang fluktuatif. Kendala lain yang dihadapi ialah sulitnya mendapatkan daun pisang kepok pada musim kemarau dan berangin, karena pada musim tersebut kualitas daun menjadi rusak, sehingga harga daun pisang pada musim tersebut semakin meningkat. Pemesanan secara *online* yang diterapkan oleh UKM Citra Baru juga menjadi salah satu kendala, yaitu masih sedikitnya konsumen yang mengetahui bahwa produk gethuk pisang dapat dipesan melalui *website*, *facebook*, dan *whatsapp*. Akibatnya, jangkauan UKM Citra Baru dalam memasarkan produknya hanya sebatas wilayah Jawa Timur. Pada wilayah Jawa Timur pun produknya belum dikenal secara luas, hanya di beberapa kota tertentu saja. Dengan permasalahan tersebut, efisiensi biaya produksi dibutuhkan untuk mencapai keuntungan yang diinginkan produsen serta penambahan penggunaan media sosial baru untuk memperluas jangkauan pemasaran agar dikenal oleh konsumen.

Analisis efisiensi biaya yang digunakan yaitu *target costing*, dimana produsen harus menekan biaya produksi sehingga dapat mencapai keuntungan yang diinginkan. Keadaan di lapang, masih banyak produsen yang belum dapat mencapai keuntungan yang diinginkan karena belum menggunakan metode *target costing*. Salah satu usaha yang belum menggunakan metode *target costing* yaitu usaha gethuk pisang di Citra Baru. Maka dari itu dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana perbandingan antara perkembangan sistem penjualan *online* dan *offline* pada perusahaan?
2. Berapa biaya produksi yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh perusahaan dari penjualan secara *online*?
3. Berapa hasil efisiensi biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan secara *online* dengan penerapan *target costing*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah ini digunakan untuk menghindari luasnya pokok bahasan dalam penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Analisis biaya yang dilakukan hanya pada produk gethuk pisang yang terjual *online* di UKM Citra Baru.
2. Analisis biaya produksi dilakukan menggunakan data biaya produksi dan non produksi gethuk pisang pada tahun 2017 di UKM Citra Baru.
3. Analisis keuntungan dilakukan menggunakan data total produksi dan volume penjualan gethuk pisang secara *online* pada tahun 2017 di UKM Citra Baru.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan perbandingan antara perkembangan sistem penjualan *online* dan *offline* di perusahaan.
2. Menganalisis biaya produksi yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima dari penjualan *online* di perusahaan.
3. Menganalisis hasil efisiensi biaya produksi dan keuntungan dari penjualan secara *online* di perusahaan dengan penerapan *target costing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan yang didapat mahasiswa pada saat di bangku perkuliahan serta melatih mahasiswa untuk berfikir logis.

2. Penelitian ini diharapkan mampu membantu usaha Gethuk Pisang Citra Baru dalam menentukan keuntungan yang diinginkan dan dapat mengambil keputusan dengan baik.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *target costing*.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait gethuk pisang yaitu Rizki (2003) yang menjelaskan tentang Pengaruh Jenis Tingkat Kematangan Pisang Terhadap Karakteristik Fisik dan Sensoris Getuk Pisang. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa tidak semua jenis pisang dapat dijadikan bahan baku pembuatan getuk. Pisang yang baik untuk bahan baku pengolahan getuk adalah pisang yang mampu menghasilkan warna merah, kenampakan irisan halus serta tekstur yang padat dan kompak. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh jenis dan tingkat kematangan pisang terhadap berbagai sifat getuk pisang serta untuk mendapatkan formulasi pembuatan getuk pisang yang baik. Penelitian dilakukan dalam dua tahap yaitu pendahuluan dan tahap utama. Parameter pengamatan terhadap sifat getuk pisang yang dihasilkan meliputi sifat fisik (tekstur, warna, dan kenampakan irisan) dan uji sensoris (warna, rasa, aroma, dan kenampakan irisan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis pisang yang baik untuk pembuatan getuk adalah jenis pisang raja bulu. Karakteristik dari getuk pisang tersebut adalah tekstur yang kompak dan padat 10,22 (0,1 mm/g/10dtk). Berwarna merah (44,97) dan kenampakan irisan halus serta tingkat kesukaan tinggi. Tingkat kematangan yang sesuai untuk pembuatan getuk pisang adalah dengan tingkat kematangan lewat masak. Karakteristik dari getuk pisang tersebut adalah tekstur 28,33 (0,1 mm/g/10dtk), berwarna merah (43,96) dan kenampakan irisan halus serta tingkat kesukaan tinggi. Formulasi getuk pisang terbaik diperoleh dengan penambahan tepung beras 10% dari berat pisang tanpa kulit.

Penelitian lain yang menjelaskan terkait metode *target costing* seperti yang dilakukan oleh Anugerah (2015) mengenai Penerapan *Target Costing* Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Produsen Tape Sumber Madu). Penelitian tersebut bertujuan untuk membantu produsen tape Sumber Madu dalam pengelolaan biaya dan membantu dalam mencapai target laba yang diinginkan dengan metode *target costing*. Produsen tape Sumber Madu tersebut memproduksi proll rape dan suwar suwir. Produsen tersebut sudah tiga tahun tidak menaikkan harga jual, padahal harga bahan baku dari

pembuatan proll tape dan suwar suwir mengalami beberapa kali kenaikan. Metode analisis data yang dilakukan adalah pendekatan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan hasil perhitungan dengan penerapan *target costing* pada Sumber Madu memberikan dampak yang positif pada laba yang didapat. Dengan menekan biaya produksi, produsen tape Sumber Madu yang awalnya mendapatkan laba antara 15% - 21% dari satu unit produk, dapat mencapai laba yang diinginkan sebesar 25% dengan menggunakan metode *target costing*.

Khoiri (2016) melakukan penelitian *target costing* terkait Pendekatan *Target Costing* Dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Produksi Kopi Bubuk Surya (Studi Kasus pada UD. Surya Mandiri, Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur). Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi biaya produksi kopi bubuk surya berdasarkan harga jual yang kompetitif pada dua tahun terakhir yaitu tahun 2014 dan 2015. Metode penentuan responden menggunakan *key informan*, sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah perhitungan biaya standar dengan menggunakan metode *full costing* untuk mengetahui biaya dan keuntungan perusahaan, serta metode *target costing* untuk mengefisienkan biaya produksi. Hasil penelitian analisis menggunakan metode *full costing* didapatkan biaya produksi yang dikeluarkan untuk per kilogram kopi pada tahun 2014 sebesar Rp 10.709,36 dari total biaya produksi sebesar Rp 616.859.333,-. Perusahaan mampu mendapatkan keuntungan sebesar 20% dengan total keuntungan per tahun sebesar Rp 160.740.666,-. Untuk tahun 2015, perusahaan mengeluarkan biaya produksi dengan total keseluruhan sebesar Rp 785.877.863,- serta mendapatkan keuntungan dengan total keseluruhan sebesar Rp 202.538.136,- per tahun. Setelah menggunakan metode *target costing*, biaya produksi untuk bubuk kopi surya yang efisien digunakan untuk tahun 2014 sebesar Rp 598.752.000,- per tahunnya dengan target laba 23%. Pada tahun 2015 biaya produksi yang efisien digunakan sebesar Rp 758.784.000,- per tahunnya dengan target laba 24%.

Wardani (2017) menjelaskan tentang Analisis Efisiensi Biaya Produksi Jenang Waluh Dengan Penerapan Metode *Target Costing* Pada UKM Teguh Rahardjo, Ponorogo, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengefisienkan biaya produksi jenang waluh dan membantu perusahaan dalam mencapai target laba

yang diharapkan. Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif dan deskriptif. Analisis kuantitatif meliputi perhitungan biaya tradisional dan perhitungan biaya menggunakan metode *target costing*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan total biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan menggunakan metode tradisional sebesar Rp 109.492.301,- setara dengan Rp 11.512,-/pack. Harga jual yang ditetapkan perusahaan sebesar Rp 15.000,-/pack dengan keuntungan Rp 3.848,-/pack. Setelah dilakukan penerapan metode *target costing*, didapatkan tiga alternatif yang diusulkan untuk dapat mencapai laba. Alternatif pertama dapat menghasilkan margin profit sebesar 28,09%. Alternatif kedua menghasilkan margin profit sebesar 25,74% dimana alternatif ini belum dapat mencapai target laba. Alternatif ketiga dengan mengkombinasikan alternatif biaya pertama dan biaya kedua yang dapat menghasilkan margin profit sebesar 27,53%.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Maulida (2017) melakukan penelitian terkait Analisis Nilai Tambah dan Profitabilitas Usaha Getuk Pisang Berdasarkan Teknologi di Kabupaten Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profitabilitas dan nilai tambah dari usaha pengolahan getuk pisang di Kabupaten Kediri dengan membandingkan dua usaha yang memiliki teknologi dan skala usaha yang berbeda. Penelitian dilakukan di UMKM pengolahan getuk pisang Bariklana dan Karunia. Metode penentuan sample menggunakan purposive sampling method dimana pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk mendapatkan data yang sesuai. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai tambah terhadap teknologi berpengaruh terhadap nilai tambah usaha getuk pisang. Usaha skala besar yang menggunakan teknologi pemrosesan mampu menghasilkan rendemen yang lebih besar yaitu 0,57 serta waktu kerja yang lebih efisien dengan angka koefisien tenaga kerja sebesar 0,02. Namun nilai tambah usaha skala besar lebih kecil daripada usaha skala kecil. Hal ini diakibatkan oleh penetapan harga output pada usaha skala besar yang lebih rendah. Karena harga output merupakan salah satu variabel perhitungan nilai tambah, maka hal tersebut memengaruhi hasil perhitungan nilai tambah. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa usaha getuk pisang berskala kecil dan besar mampu menghasilkan profit. Namun berdasarkan perhitungan profitabilitas secara

keseluruhan didapatkan hasil bahwa usaha getuk pisang berskala kecil lebih menguntungkan daripada usaha getuk pisang berskala besar. Nilai profitabilitas usaha getuk pisang berskala kecil sebesar 49.80 persen. Sedangkan nilai profitabilitas usaha getuk pisang berskala besar hanya sebesar 24.73 persen. Meskipun skala usaha dan keuntungan per tahun usaha skala besar lebih besar daripada usaha skala kecil tidak menjamin bahwa usaha skala besar lebih profitable. Tetapi teknologi berpengaruh pada biaya rata-rata. Teknologi mampu menekan biaya rata-rata produksi menjadi lebih kecil.

Hasil dari kelima penelitian terdahulu didapatkan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaan dari penelitian kedua, ketiga dan keempat dengan penelitian ini adalah terletak pada penggunaan metode *target costing* untuk mengefisiensikan biaya produksi serta untuk mengoptimalkan laba. Sedangkan persamaan dari penelitian pertama dan kelima dengan penelitian ini adalah terletak pada *sample* produk yang diteliti yaitu menggunakan gethuk pisang. Perbedaan dari penelitian kedua, ketiga dan keempat dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti serta tempat penelitian. Sedangkan perbedaan dari penelitian pertama dan kelima dengan penelitian ini adalah metode yang digunakan berbeda, pada penelitian pertama menggunakan penelitian terkait pengaruh jenis dan tingkat kematangan pisang terhadap berbagai sifat gethuk pisang, penelitian keempat menggunakan penelitian terkait analisis nilai tambah dan profitabilitas usaha serta tempat penelitian yang berbeda. Objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu produk jajanan gethuk pisang terkait biaya produksi, volume produksi, dan volume penjualan gethuk pisang secara *online*.

2.2 Konsep Biaya

2.2.1 Pengertian Biaya

Biaya adalah semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga. Barang atau jasa yang dimaksud dapat dalam rangka untuk dijual kembali atau dalam rangka untuk menjual barang atau jasa yang diperdagangkan. Dalam hal ini, biaya merupakan uang tunai atau kas atau ekuivalen kas (harta non-kas yang dapat ditukar untuk barang atau jasa yang diinginkan) yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan dapat memberikan laba baik untuk masa

kini maupun masa mendatang. Pada dasarnya, perhitungan biaya mempunyai empat tujuan pokok yaitu untuk menilai persediaan, menghitung laba, perencanaan, dan pengendalian. Contoh objek biaya adalah produk, pelanggan, departemen, proyek, dan lainnya (Kuswadi, 2008).

Menurut Arifin (2007), biaya adalah kas yang dikeluarkan untuk memproduksi atau memperoleh barang/jasa yang diharapkan mendatangkan manfaat atau keuntungan di waktu yang akan datang. Fuad (2006) menjelaskan bahwa biaya merupakan satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk mencapai suatu hasil produksi. Menurut Mulyadi (1986), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya umumnya merujuk pada harga yang harus dibayarkan untuk sebuah barang (Papas dan Mark, 1995).

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Menurut Kusnadi (1999), klasifikasi biaya secara lengkap dan utuh adalah sangat penting bagi manajemen sehingga manajemen akan dapat menggunakannya secara efektif dan efisien. Biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Unsur produk

Pada unsur produk terbagi menjadi 3 unsur yaitu bahan-bahan, buruh (tenaga kerja), dan *overhead* pabrik.

b. Hubungannya dengan produksi

Klasifikasi ini sangat erat sekali hubungannya dengan unsur-unsur biaya suatu produk seperti bahan baku, buruh langsung dan eksploitasi pabrik serta tujuan utama dari pengawasan.

c. Hubungannya dengan volume

Biaya menurut kategori ini diklasifikasikan kedalam biaya variabel, biaya tetap, biaya semi variabel dan biaya penutupan (*shutdown cost*).

d. Pembebanannya terhadap departemen

Klasifikasi biaya berdasarkan pembebanan terhadap departemen berfungsi untuk membantu manajemen mengawasi dan mengendalikan biaya *overhead* dan dapat mengukur pendapatan.

e. Daerah fungsional

Biaya yang diklasifikasikan secara fungsional adalah diakumulasikan menurut aktivitas yang dikerjakan. Seluruh biaya dari organisasi manufaktur dapat dibagi ke dalam manufakturing, pemasaran, administratif, dan biaya keuangan.

f. Periode pembebanannya terhadap pendapatan

Biaya dapat diklasifikasikan ketika mereka akan diperbandingkan dengan penghasilan. Pengkategorian didalam metode ini adalah biaya produk dan biaya periodik.

g. Pertimbangan ekonomik

Perusahaan perlu mempertimbangkan analisis biaya kesempatan (*opportunity analysis*) untuk setiap keputusan.

h. Hubungannya dengan masa manfaat

Klasifikasi menurut masa manfaat ini berfungsi untuk membantu pihak manajemen atau yang terlibat dengan akuntansi biaya, sehingga akan mengetahui konsekuensinya, mana yang menjadi aktiva dan mana menjadi beban.

i. Hubungannya dengan pengendalian

Klasifikasi yang berguna didalam pengawasan manajemen adalah biaya rekayasam biaya kebijakan, dan biaya komite (*engineered, discreationary and committed cost*).

2.2.3 Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (1986), biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Menurut Kusnadi (1999), biaya produksi dibagi menjadi tiga elemen, yaitu:

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku terdiri dari biaya bahan langsung dan bahan tidak langsung. Bahan langsung adalah semua bahan yang dapat dikenal sampai pada produksi produk jadi, yang dapat dengan mudah ditelusuri sampai ke produk jadi dan merupakan bahan utama dari produksi produk jadi. Bahan tidak langsung

adalah semua bahan yang dimasukkan ke dalam proses produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri seperti bahan langsung.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja merupakan usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan didalam produksi suatu produk. Biaya tenaga kerja terdiri dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah semua tenaga kerja yang terlibat secara langsung dengan produksi produk jadi. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang terlibat didalam proses produk jadi namun dibayar atas dasar waktu (harian, mingguan, atau bulanan).

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik ini disebut juga dengan biaya eksploitasi pabrik. Biaya pabrik adalah semua biaya yang terjadi di pabrik selain bahan langsung (bahan baku) dan upah tenaga kerja. Biaya eksploitasi pabrik ini bersifat bunga rampai (kumpulan) dari berbagai rekening yang terjadi didalam eksploitasi pabrik. Contoh dari eksploitasi pabrik ini meliputi bahan tak langsung, tenaga kerja tak langsung, beban depresiasi, lampu, ketel, uap, dan sebagainya.

2.2.4 Biaya Non Produksi

Menurut Hery (2014), biaya non produksi atau biaya non manufaktur merupakan biaya yang menguraikan pengeluaran-pengeluaran yang direncanakan untuk aktivitas non produksi. Pada laporan laba rugi, biaya non produksi berkaitan dengan fungsi penelitian dan pengembangan, desain (perancangan), pemasaran, distribusi, layanan pelanggan, dan administrasi umum. Secara garis besar, biaya non produksi dapat dikelompokkan menjadi beban penjualan dan beban administrasi. Biaya pemasaran, distribusi, dan layanan pelanggan termasuk sebagai beban penjualan. Biaya-biaya ini sering juga disebut sebagai beban untuk mendapatkan pesanan dan memenuhi pesanan. Sedangkan biaya penelitian dan pengembangan, desain, dan administrasi umum termasuk sebagai beban administrasi.

2.3 Biaya Standar

Menurut Pardamean (2007), biaya standar adalah biaya yang telah ditentukan sebelumnya untuk kegiatan dalam satu periode tertentu dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi, efisiensi, dan faktor-faktor lain tertentu. Witjaksono (2013) menjelaskan bahwa biaya standar adalah patokan duga (*benchmark*) yang secara efektif dan efisien ditetapkan di muka untuk biaya-biaya yang seharusnya dikonsumsi oleh suatu produk. Iqbal (2007), menjelaskan bahwa biaya standar menunjukkan biaya yang seharusnya tujuan utamanya untuk dapat menekan biaya. Akan tetapi, dalam perkembangannya tujuan lain muncul sehingga penggunaannya sekarang meliputi:

- 1) Pengendalian biaya
- 2) Penilaian persediaan
- 3) Untuk keperluan menyusun laporan keuangan, baik sementara maupun tahunan
- 4) Anggaran perusahaan
- 5) Dalam memilih alternatif yang dihadapi perusahaan
- 6) Untuk menentukan harga jual

Matz et al. (1993) menjelaskan bahwa penetapan biaya standar didasarkan pada standar fisis, dimana dua diantaranya kerap kali dibahas standar dasar dan standar yang berlaku. Standar dasar (*basic standard*) adalah tolak ukur yang digunakan sebagai patokan pembandingan untuk prestasi kerja yang diharapkan dan yang sesungguhnya. Standar yang berlaku (*current standard*) terdiri dari tiga jenis, yaitu:

- 1) Standar aktual yang diharapkan

Standar yang ditetapkan untuk suatu tingkat operasi dan efisiensi yang diharapkan akan terjadi. Standar ini merupakan estimasi yang cukup wajar atas hasil aktual.

- 2) Standar normal

Standar yang ditetapkan untuk suatu tingkat operasi dan efisiensi yang normal, yang dimaksudkan sebagai suatu tantangan yang bisa dicapai.

3) Standar teoritis

Standar yang ditetapkan untuk suatu tingkat operasi dan efisiensi yang ideal atau maksimum. Standar semacam ini lebih merupakan sasaran dan bukan sebagai prestasi kerja yang harus dicapai saat ini.

2.4 Metode *Target Costing*

2.4.1 Pengertian *Target Costing*

Samryn (2012) menjelaskan *target costing* adalah suatu metode penetapan biaya maksimum yang dibolehkan untuk suatu produk baru dan kemudian mengembangkan suatu *prototype* yang dapat dibuat dan didistribusikan dengan harga sebesar nilai target biaya maksimum tersebut secara menguntungkan. *Target costing* merupakan alat yang secara langsung muncul dari adanya persaingan pasar yang ketat dalam banyak industri. *Target costing* menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut akan dapat memperoleh laba yang diharapkan (Blocher et al., 2000).

$$\text{Target cost} = \text{harga yang ditentukan pasar} - \text{laba yang diharapkan}$$

Menurut Witjaksono (2013), *target costing* merupakan suatu sistem dimana penentuan harga pokok produk sesuai dengan yang diinginkan (target) sebagai dasar penetapan harga jual produk yang akan memperoleh laba yang diinginkan. *Target costing* adalah perbedaan antara harga jual produk atau jasa yang diperlukan untuk mencapai pangsa pasar (*market share*) tertentu dengan laba per satuan yang diharapkan (Mulyadi, 2001). Dari beberapa pengertian terkait *target costing*, maka dapat disimpulkan bahwa *target costing* merupakan suatu metode untuk menentukan harga pokok produk yang sesuai dan kompetitif, sehingga produk tersebut memperoleh laba yang diharapkan.

2.4.2 Prinsip-prinsip *Target Costing*

Menurut Witjaksono (2013), *target costing* menganut beberapa prinsip yaitu:

a. Harga menentukan biaya (*Price-Led Costing*)

Persaingan yang semakin ketat dan kompetitif membuat penetapan harga jual produk bukan hal gampang. Harga jual kerap ditentukan oleh pasar, sehingga

harga pasar (*market price*) digunakan untuk menentukan target biaya dengan formula:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga Pasar} - \text{Laba Kotor yang diinginkan}$$

b. Fokus pada pelanggan

Kehendak/kebutuhan pelanggan akan kualitas, biaya, dan fungsi (*functionality*) secara simultan terdapat dalam produk dan dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan berkenaan dengan desain dan penghitungan harga pokok produk. Bagi pelanggan manfaat atas fitur dan fungsi yang ditawarkan oleh produk harus lebih besar dari biaya perolehannya (harga jual dari sisi pandang pengusaha).

c. Fokus pada desain produk dan desain proses

Pengendalian biaya ditekankan pada tahapan desain produk dan tahapan desain proses produksi. Dengan demikian setiap perubahan/rekayasa harus dilakukan sebelum proses produksi, dengan tujuan menekan biaya dan mengurangi waktu “*time-to-market*” terutama bagi produk baru.

d. *Cross functional team*

Tim/kelompok ini bertanggungjawab atas keseluruhan produk, dimulai dari ide/konsep produk hingga tahapan produksi penuh.

e. Melibatkan rantai nilai

Seluruh anggota yang terlibat dalam rantai nilai, dimulai dari pemasok barang/jasa, distributor, hingga pelanggan dilibatkan dalam proses *target costing*.

f. Orientasi daur hidup produk

Meminimalkan biaya selama daur hidup produk, diantara harga bahan baku, biaya operasi, pemeliharaan, dan biaya distribusi serta biaya bauran pemasaran.

2.4.3 Karakteristik *Target Costing*

Monden (1995) menjelaskan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari *target costing*, yaitu:

1. *Target costing* diaplikasikan pada tahap desain dan pengembangan produk dan berbeda dengan *standard costing* yang diaplikasikan pada tahap produksi.
2. *Target costing* bukanlah teknik untuk *cost control* dalam ilmu tradisional, tetapi lebih kearah pengaturan *cost reduction*.

3. Dalam *target costing*, banyak metode yang digunakan karena yang menjadi objek *target costing* termasuk teknik desain dan pengembangan produk.
4. Kerjasama antar departemen sangat dibutuhkan untuk dapat menjalankan *target costing*.
5. *Target costing* sangat cocok untuk dijalankan pada perusahaan dengan tipe *multiproduct-small production* dari pada untuk perusahaan dengan tipe *few product-large production run*.

Menurut Supriyono (2002), *target costing* memiliki lima karakteristik sebagai berikut:

1. *Target costing* ditetapkan dalam tahap pengembangan dan perencanaan. *Target costing* ini berbeda dari sistem pengendalian biaya standar yang diterapkan dalam tahap produksi.
2. *Target costing* bukan merupakan metode manajemen untuk pengendalian biaya dalam pemikiran tradisional, tetapi salah satu tujuannya adalah mengurangi biaya.
3. Dalam proses penentuan *target costing*, banyak metode ilmu manajemen yang digunakan, sebab tujuan manajerial penentuan *target costing* meliputi teknik-teknik pengembangan dan perencanaan produk.
4. Kerja sama banyak departemen diperlukan dalam melaksanakan *target costing*.
5. *Target costing* lebih sesuai dalam produksi produk ganda kecil daripada perusahaan memproduksi beberapa produk besar.

Witjaksono (2013) menjelaskan bahwa *target costing* sangat mungkin sesuai bagi perusahaan yang *price taker* dalam suatu pasar yang heterogen, dimana kompetisi menentukan harga jual produk barang/jasa, dengan beberapa karakteristik diantaranya:

1. Umumnya tidak layak atau tidak ada kehendak untuk menawarkan produk yang tak terjangkau oleh para kompetitor. Bila perusahaan menawarkan produk yang tak tersaingi maka persaingan oligopolistik akan muncul.
2. Keunggulan spesifik suatu perusahaan akan menentukan arah dalam melakukan diferensiasi produk baru dari yang telah ada di pasaran, misalnya:
 - a. *Cost Advantage*: produk yang sama/serupa namun dengan harga yang lebih murah.

- b. Penambahan fungsi, misalnya dengan tambahan fitur baru dengan harga yang kompetitif.

2.4.4 Langkah Penerapan *Target Costing*

Terdapat lima tahap dalam menetapkan penerapan *target costing* (Blocher dkk, 2000), yaitu:

1. Menentukan harga pasar
2. Menentukan laba yang diharapkan
3. Menghitung target biaya (*target cost*) pada harga pasar dikurangi laba yang diharapkan
4. Menggunakan rekayasa nilai untuk mengidentifikasi cara yang dapat menurunkan biaya produk
5. Menggunakan *kaizen costing* dan pengendalian operasional untuk terus menurunkan biaya

Malue (2013) berpendapat bahwa dalam penerapan *target costing* terdapat tiga tahapan, yaitu:

1. Menentukan *Allowable Cost*

Allowable cost adalah jumlah biaya yang diperkenankan oleh perusahaan yang didapat dari selisih antara harga jual dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

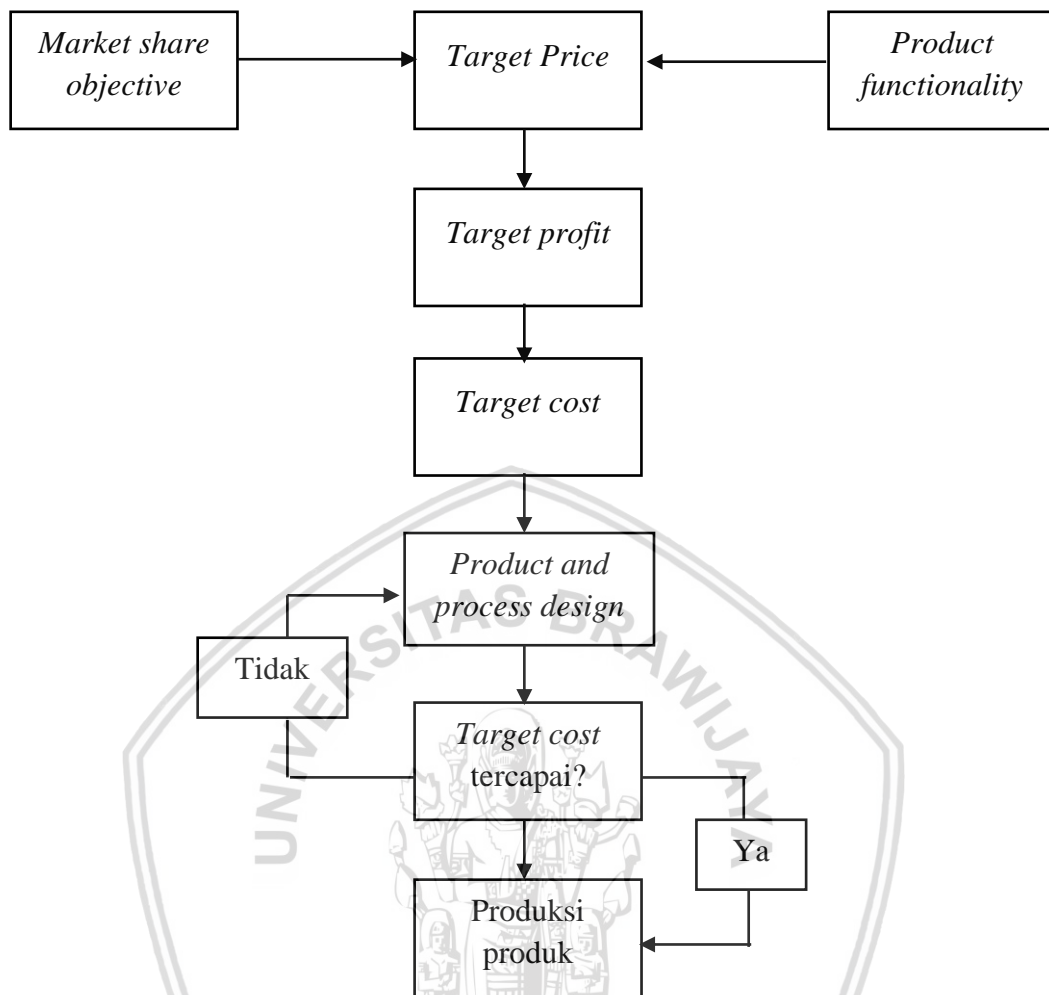
2. Menghitung *Drifting Cost*

Drifting cost adalah penjumlahan biaya bahan baku, biaya proses dan biaya lain-lain yang diperkirakan akan terjadi untuk memproduksi produk yang bersangkutan.

3. *Value Engineering*

Value engineering (rekayasa nilai) atau biasa disebut VE, adalah suatu aktivitas yang diperlukan untuk menganalisa apakah komponen-komponen dalam suatu produk dapat dikurangi biayanya tanpa harus mengurangi fungsi atau mutu dari produk tersebut.

Witjaksono (2013), menjelaskan dalam proses penetapan *target costing* hingga penetapan harga diuraikan dalam model sebagai berikut:



Skema 1. Penetapan *Target Costing*

2.5 Rekayasa Nilai

Blocher, et al. (2000), menjelaskan bahwa rekayasa nilai (*value*) digunakan dalam *target costing* untuk menurunkan biaya produk dengan cara menganalisis *trade-off* antara jenis dan level yang berbeda dalam fungsionalitas produk serta biaya produk total. Jenis rekayasa nilai ini dibagi menjadi:

1. Analisis fungsional, adalah bentuk umum dari rekayasa nilai untuk pengkajian kinerja dan biaya dari masing-masing fungsi atau ciri utama produk. Tampilan dan biaya pada setiap fungsi utama atau model produk diuji secara cermat. Tujuan analisis ini adalah keseimbangan antara tampilan dan biaya. *Benchmarking* sering digunakan pada tahap ini untuk menentukan tampilan yang seperti apa yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

2. Analisis desain, merupakan bentuk umum dari rekayasa nilai untuk kelompok produk-produk industri dan produk khusus. Tim desain menyiapkan beberapa desain produk yang mungkin, masing-masing keistimewaan yang serupa yang mempunyai tampilan dan biaya yang berbeda.

Musrofi (2008) berpendapat bahwa rekayasa nilai digunakan untuk meningkatkan nilai barang atau jasa dengan mempertimbangkan fungsi dan biaya dari fungsi ini. Fungsi dari rekayasa nilai ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan memahami situasi tertentu secara detail.
2. Untuk menemukan pusat perhatian atau fokus ke hal-hal yang membutuhkan inovasi.
3. Untuk mengenali solusi tertentu terhadap masalah yang detail.
4. Teknik ini khususnya digunakan untuk masalah fisik dan mekanik, tetapi juga dapat digunakan untuk bidang-bidang lainnya.

Penerapan penggunaan rekayasa nilai ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi dan menyusun prioritas fungsi-fungsi.
2. Identifikasi item yang akan dianalisis dan bagaimana item itu diproduksi.
3. Uraikan fungsi primer (segala sesuatu yang dimanfaatkan oleh pelanggan).
4. Identifikasi fungsi sekunder dengan bertanya "Apa saja fungsi sekunder yang mendukung fungsi primer".
5. Tentukan kepentingan relatif setiap fungsi, lebih baik bila dilakukan dengan cara menanyakan kepada para pelanggan dengan jumlah sampel tertentu.
6. Analisis kontribusi setiap fungsi.
7. Temukan komponen-komponen item yang akan dianalisis yang menghasilkan fungsi-fungsi inti (fungsi primer).
8. Ukur biaya setiap komponen seakurat mungkin, termasuk semua biaya bahan dan biaya produksi.

Dari rekayasa nilai tersebut, maka mampu memperbaiki hal-hal terkait:

1. Eliminasi atau mengurangi biaya-biaya komponen yang memberikan nilai tambah yang relatif kecil, khususnya yang menelan biaya yang tinggi.
2. Perhatikan komponen yang memberikan nilai tambah yang signifikan kepada pelanggan.

III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Gethuk Pisang Citra Baru merupakan salah satu UKM penghasil gethuk pisang di Kediri. UKM Citra Baru ini berlokasi di Jl. Karanganyar No.45 RT.03/RW.01 Dusun Karanganyar, Kelurahan Ngronggo, Kecamatan Kota Kediri, Jawa Timur. Bahan baku pisang yang digunakan merupakan pisang raja nangka. Alasan pemilihan pisang raja nangka karena sudah resep turun temurun bahwa gethuk pisang diolah dari pisang raja nangka. Produk dari gethuk pisang Citra Baru ini dijual di empat outlet penjualan yaitu di Wates, Gurah, Terminal Lama Kediri, dan Alun-alun Kediri. Produk tersebut juga dipasarkan di luar Kediri, khususnya di daerah Blitar karena pemilik UKM Citra Baru bekerjasama dengan outlet penjualan di Blitar. Pemilik UKM Citra Baru juga melayani pesanan *online* dengan kisaran harga Rp 1.250,-/bungkus; Rp 2.000,-/bungkus; Rp 2.500,-/bungkus; dan Rp 4.000/bungkus tergantung dari permintaan konsumen. Banyaknya harga yang ditawarkan tersebut hanya terdapat satu harga yang sering dipesan oleh konsumen yaitu harga gethuk yang sebesar Rp 2.500,- tiap bungkus dengan diameter gethuk ± 8 cm. Harga lainnya tidak begitu sering dipesan karena peminatnya yang sedikit.

Penjualan dengan harga tersebut dirasa kurang mampu mendapatkan laba yang diharapkan oleh usaha gethuk pisang Citra Baru yaitu sebesar 30%. Hal ini disebabkan karena kendala dari beberapa bahan baku utama dalam proses pembuatan gethuk pisang. Terutama untuk harga pisang raja nangka dan daun pisang kepok. Harga pisang raja nangka yang fluktuatif, menyebabkan pemilik usaha tidak mampu memprediksi berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli pisang raja nangka. Sedangkan kendala dalam pembelian daun pisang kepok yaitu pada musim kemarau dan musim berangin, karena pada musim tersebut daun pisang kepok banyak yang rusak (daun mudah sobek) dan susah mencari daun yang berkualitas bagus. Walaupun pemilik UKM Citra Baru sudah mencoba menjualkan produknya secara *online*, namun keuntungan yang didapat juga kurang maksimal karena masih sedikitnya konsumen yang mengetahui bahwa produk gethuk pisang dapat dipesan melalui *website* dan *facebook*. Kendala lain yang dirasakan oleh pemilik usaha selain biaya bahan baku dan penjualan *online* yaitu

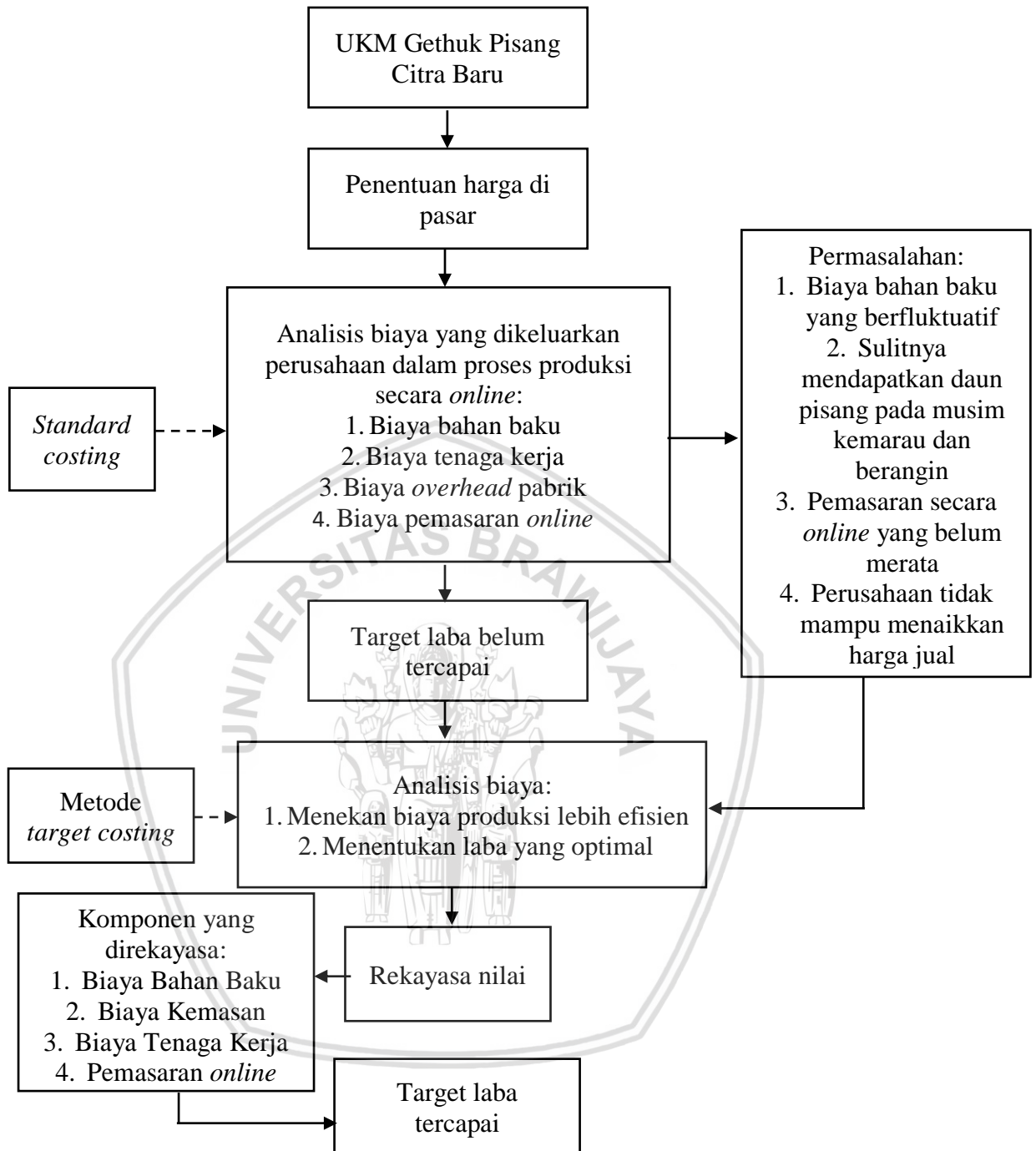
banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga yang relatif sama (Rp 2.500 per bungkus). Hal itu pula yang mengakibatkan pemilik usaha belum mampu menaikkan harga jualnya karena takut konsumen beralih ke produk gethuk pisang yang lebih murah.

Selama ini pemilik gethuk pisang Citra Baru dalam menganalisis biayanya menggunakan metode *standard costing*. Hasil dari perhitungan metode *standard costing* tersebut belum mampu mengendalikan biaya produksi yang dikeluarkan oleh pemilik usaha. Disisi lain, usaha gethuk pisang ini juga belum mampu untuk mencapai target laba yang optimal, sehingga diperlukan suatu metode yang mampu mengendalikan biaya produksi yang lebih efisien agar usaha gethuk pisang ini mencapai target laba yang optimal.

Metode yang sesuai untuk mengefisiensikan biaya produksi adalah metode *target costing*. Penerapan dari metode *target costing* bertujuan untuk mengefisiensikan total biaya produksi dari biaya produksi sebelumnya sehingga perusahaan mampu mendapatkan laba yang optimal. Sehingga penggunaan metode *target costing* ini perlu diterapkan oleh suatu usaha agar menjadikan biaya produksinya lebih efisien.

Langkah awal dalam penerapan metode *target costing* adalah menentukan harga pasar. Langkah selanjutnya setelah menentukan harga pasar maka diperlukan penentuan laba yang ingin dicapai oleh perusahaan. Kedua langkah tersebut kemudian menghasilkan target biaya yang efisien dan harus dikeluarkan oleh perusahaan. Kemudian dilakukan rekayasa nilai dengan menggunakan metode *target costing*.

Hasil rekayasa nilai menggunakan metode *target costing* dibandingkan dengan hasil perhitungan dari metode *standard costing*. Hasil perbandingan tersebut nantinya dapat membantu perusahaan untuk melihat faktor-faktor apa yang harus dilakukan perbaikan dan komponen biaya produksi apa saja yang harus dikurangi tanpa mengurangi kualitas dari produk. Sehingga perhitungan dengan menggunakan *target costing* dapat menjadikan laba yang ditarget oleh perusahaan menjadi tercapai. Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini:



Skema 2. Kerangka Pemikiran Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Efisiensi Biaya Produksi Produk Gethuk Pisang.

Keterangan:

—————> : Alur Pemikiran

- - - - -> : Alur Analisis

3.2 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

1. Keuntungan yang diterima oleh perusahaan dari penjualan secara *online* belum mencapai target profit (target keuntungan) sesuai dengan harapan perusahaan.
2. Efisiensi biaya produksi dan keuntungan perusahaan dari penjualan secara *online* dengan penerapan *target costing* mampu membantu perusahaan meningkatkan keuntungan.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Berikut adalah definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian *target costing* pada produk gethuk pisang Citra Baru, sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional

No.	Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
1	Biaya	Biaya Produksi	Akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi (biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, dan biaya <i>overhead</i> pabrik).	Rupiah/bungkus
2		Biaya Non Produksi	Biaya yang dikeluarkan di luar produksi atau tidak berhubungan dengan proses produksi.	Rupiah/bungkus
3		Biaya Bahan Baku	Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku pada produk gethuk pisang.	Rupiah/bungkus

Tabel 1 (Lanjutan). Definisi Operasional

No.	Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
4	Biaya	Biaya Tenaga Kerja	Biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang menangani proses produksi.	Rupiah/bungkus
5		Biaya <i>Over-head</i> Pabrik	Biaya yang dikeluarkan untuk membantu proses produksi (biaya listrik dan air, bahan penolong, pemeliharaan dan kemasan).	Rupiah/bungkus
6		Biaya Pemasa-ran	Biaya yang digunakan selama proses penjualan produk secara <i>online</i> .	Rupiah/bungkus
7		Total Biaya	Keseluruhan biaya yang dikeluarkan dan digunakan oleh perusahaan.	Rupiah/bungkus
8		Harga Pokok Produksi	Penjumlahan semua biaya produksi yang dikeluarkan dari bahan mentah hingga produk jadi.	Rupiah/bungkus
9		Total Produksi	Banyaknya jumlah produk yang mampu dihasilkan oleh perusahaan.	Per bungkus
10	Laba	Volume Penjual-an	Banyaknya jumlah produk yang dijual dalam waktu tertentu.	Per bungkus
11		Laba Bersih	Selisih antara seluruh pendapatan dengan biaya produksi dan pajak.	Rupiah/bungkus
12		Laba Kotor	Selisih antara pendapatan dan biaya langsung sebelum dikurangi pajak.	Rupiah/bungkus

Tabel 1 (Lanjutan). Definisi Operasional

No	Konsep	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
13	Laba	Margin Laba	Selisih antara biaya yang dikeluarkan dengan pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk.	Persen (%) Rupiah/bungkus
14		Target Laba	Laba yang ingin dicapai oleh perusahaan dari suatu produk.	Persen (%) Rupiah/bungkus
15	<i>Standard Costing</i>	<i>Standard Cost</i>	Perhitungan total biaya yang sudah dikeluarkan untuk setiap satuan produksi.	Rupiah/bungkus
16	<i>Target Costing</i>	<i>Target Cost</i>	Perencanaan <i>profit</i> dan merancang produk sebelum diproses untuk pengurangan biaya produksi.	Rupiah/bungkus
17		Rekayasa Nilai	Memodifikasi produk untuk memperoleh biaya yang efisien tanpa mengurangi nilai dan kualitas produk.	Rupiah/bungkus

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal ini didasarkan pada keadaan di lapang bahwa usaha gethuk pisang merupakan usaha yang heterogenitasnya tidak terlalu besar. Sehingga fenomena dan permasalahan yang terjadi pada usaha tersebut tidak berbeda jauh. Dalam kasus ini, UKM Citra Baru merupakan usaha yang mewakili perusahaan gethuk pisang untuk mengungkapkan fenomena tersebut dan sebagai syarat dari pendekatan metode kuantitatif.

4.2 Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian dilakukan menggunakan metode *purposive*, yaitu lokasi penelitian dipilih secara sengaja. Lokasi penelitian dilakukan di UKM Gethuk Pisang Citra Baru yang beralamat di Jl. Karanganyar No.45 RT.03/RW.01 Dusun Karanganyar, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur. Pemilihan lokasi UKM gethuk pisang Citra Baru sebagai tempat penelitian karena usaha tersebut memiliki banyak pesaing yang menjual produk yang sama dengan harga yang relatif sama, sehingga pemilik usaha tidak dapat meningkatkan laba secara optimal serta usaha tersebut belum menerapkan metode *target costing* dalam perhitungan biaya produksinya. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan selama satu bulan pada bulan Januari 2018.

4.3 Metode Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*, yaitu penentuan responden dipilih secara sengaja. Responden yang dipilih merupakan *key informant* yang mengerti mengenai data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. *Key informant* tersebut adalah pemilik usaha dari UKM Citra Baru yang mengerti dan mengatur biaya yang dikeluarkan terkait proses produksi maupun non produksi serta penentuan besaran laba yang diinginkan. Responden yang dibutuhkan selain pemilik usaha yaitu karyawan di UKM Citra Baru terkait karyawan bagian produksi dan karyawan bagian pengemasan.

4.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung ke UKM Citra Baru. Pengamatan ini berupa proses produksi maupun non produksi dari gethuk pisang mulai dibuat hingga sampai ke tangan konsumen. Pengamatan dilakukan selama ± 6 hari yaitu 2 hari untuk pengamatan proses produksi, 2 hari untuk pengamatan proses pengemasan, dan 2 hari untuk pengamatan proses pengiriman barang ke konsumen.

2. Wawancara

Metode wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik UKM gethuk pisang Citra Baru dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan meliputi proses pembuatan produk, biaya produksi dan biaya non produksi, serta pembuatan keputusan dari pemilik usaha. Kegiatan wawancara dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang dibuat peneliti sebagai acuan dalam wawancara secara langsung.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan pengambilan foto-foto di UKM gethuk pisang Citra Baru serta pengambilan data-data dokumen seperti data produksi, data penjualan dan data biaya produksi gethuk pisang pada tahun 2017, serta struktur organisasi dari usaha tersebut.

4.5 Metode Analisis Data

4.5.1 Metode *Standard Costing*

Metode *standard costing* digunakan untuk mengetahui total biaya produksi yang dikeluarkan untuk membuat gethuk pisang dan mengetahui laba yang diperoleh perusahaan. Data yang akan dihitung menggunakan data biaya produksi dan laba yang diperoleh perusahaan pada tahun 2017. Perhitungan metode *standard costing* menggunakan biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik, dan biaya bahan baku. Perhitungan dari *standard costing* sebagai berikut:

1. Menghitung biaya tenaga kerja gethuk pisang Citra Baru pada tahun 2017.

$$\text{Biaya tenaga kerja} = \frac{\text{Biaya Tenaga Kerja}}{\text{Total Produksi}}$$

2. Menghitung biaya *overhead* pabrik gethuk pisang Citra Baru pada tahun 2017.

$$\text{Biaya overhead} = \frac{\text{Biaya Overhead}}{\text{Total Produksi}}$$

3. Menghitung biaya bahan baku gethuk pisang Citra Baru pada tahun 2017.

$$\text{Biaya bahan baku} = \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}}$$

4. Menghitung biaya non produksi gethuk pisang Citra Baru pada tahun 2017.

$$\text{Biaya non produksi} = \frac{\text{Biaya Pajak + Administrasi}}{\text{Total Produksi}}$$

5. Menghitung laba-rugi produk gethuk pisang Citra Baru pada tahun 2017.

Penjualan = Harga jual produk x Total produk yang terjual

Laba Kotor = Penjualan – Harga produksi

Laba Bersih = Laba kotor – Biaya non produksi

6. Menghitung margin *profit* gethuk pisang UKM Citra Baru pada tahun 2017.

$$\text{Margin profit} = \frac{\text{Harga produk} - \text{Biaya per kemasan}}{\text{Harga produk}} \times 100\%$$

4.5.2 Metode *Target Costing*

Metode *target costing* digunakan untuk mengefisiensikan biaya produksi sehingga perusahaan mampu mencapai target laba dengan optimal. Data yang digunakan merupakan data biaya produksi pada tahun 2017. Langkah-langkah dalam penerapan metode *target costing* sebagai berikut:

1. Menentukan harga jual gethuk pisang di pasaran.
2. Menghitung target laba yang diharapkan oleh UKM gethuk pisang Citra Baru.

$$\text{Target Laba} = \text{Laba yang diharapkan (\%)} \times \text{Harga jual}$$

3. Menentukan target biaya yang harus dikeluarkan oleh UKM gethuk pisang Citra Baru dalam proses produksi gethuk pisang. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\text{Target Biaya} = \text{Harga jual} - \text{Laba yang diharapkan}$$

$$TC_i = P_i - M_i$$

Keterangan:

TC_i : *Target cost* per unit produk

P_i : Harga jual per satuan produksi

M_i : *Profit* per satuan produksi (*target profit* x harga jual/satuan)

4. Menghitung total biaya produksi yang efisien berdasarkan target biaya.

$$\text{Total biaya produksi} = \text{Penjualan dalam setahun} - \text{Laba yang diharapkan}$$

5. Melakukan rekayasa nilai dari komponen biaya produksi yang dapat diturunkan tanpa merubah kualitas dari produk gethuk pisang.

4.5.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk membandingkan hasil dari perhitungan *standard costing* dengan *target costing*. Perbandingan ini dilakukan agar perusahaan mengetahui metode yang mampu mengefisiensikan biaya produksi tanpa mengurangi nilai dan kualitas dari produk tersebut. Hasil dari perbandingan tersebut juga menunjukkan metode mana yang lebih baik dalam meningkatkan laba yang optimal bagi perusahaan.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Perusahaan

5.1.1 Sejarah Perusahaan

UKM Gethuk Pisang Citra Baru merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Julianto dan Ibu Yayuk. Usaha ini beralamat di Jl. Karanganyar No. 45, Dusun Karanganyar, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2001 dan merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan yaitu gethuk pisang.

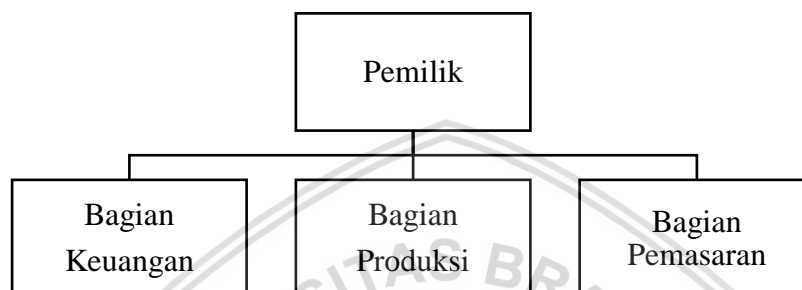
Awal dibentuknya usaha ini karena adanya pengalaman dari Bapak Julianto yang sebelumnya pernah bekerja di salah satu UKM gethuk pisang milik saudaranya. Berbekal dari pengalaman tersebut, Bapak Julianto ingin membuat usaha sendiri sehingga beliau mendirikan usaha gethuk pisang yang bekerjasama dengan temannya. Bapak Julianto dan temannya mencari kenalan dengan penjual pisang, daun pisang dan bahan-bahan pembantu lainnya, serta toko pusat oleh-oleh untuk bermitra. UKM gethuk pisang ini sebelumnya tidak menggunakan manajemen yang baik, tidak memperkirakan perhitungan biaya-biaya produksi bahkan keuntungan yang ingin didapat. Tahun 2001 hingga sekitar tahun 2007-2008 pemilik UKM Citra Baru hanya berpacu pada memproduksi tiap hari.

Pada tahun 2008, Bapak Julianto dibantu oleh istrinya dalam menjalankan usaha tersebut. Ibu Yayuk membantu dalam hal pembuatan buku keuangan terkait pengeluaran biaya dan berapa keuntungan yang didapat. Sejak saat itu pula UKM Citra Baru ini mampu memperkirakan pengeluaran yang harus dikeluarkan dan mampu menghitung keuntungan yang ingin didapat. Usaha ini berkembang dengan baik, namun timbul beberapa permasalahan diantara Bapak Julianto dan teman mitranya. Teman mitranya tidak membantu dalam hal penanganan teknis ataupun permasalahan-permasalahan yang terjadi di UKM Citra Baru, namun meminta keuntungan dibagi dua. Akhirnya Bapak Julianto dan temannya memutuskan untuk membuat gethuk pisang sendiri-sendiri. Bapak Julianto dengan gethuk pisangnya Citra Baru, sedangkan temannya membuat brand gethuk pisang yang baru.

Pada tahun 2010, Ibu Yayuk mengikuti pelatihan dan mendapatkan pengalaman tentang cara pemasaran secara *online*. Awalnya Ibu Yayuk ragu memasarkan secara *online*, namun akhirnya Ibu Yayuk mencoba memasarkan

gethuk pisangnya melalui *facebook* dan juga *website* terkait informasi produk yang dijual beserta nomor yang bisa dihubungi. *Website* tersebut digunakan sebagai salah satu cara pemasaran untuk membantu bisnis usaha milik Bapak Julianto dan Ibu Yayuk. Sekarang banyak konsumen yang memesan gethuk pisang melalui nomor *whatsapp* daripada melalui *facebook*.

5.1.2 Struktur Organisasi



Skema 3. Bagan Struktur Organisasi

Struktur organisasi UKM Citra Baru terbagi antara pemilik yaitu Bapak Julianto, bagian keuangan yaitu Ibu Yayuk, bagian produksi yaitu karyawan-karyawan UKM Citra Baru yang bekerja dibagian produksi dan pengemasan, serta bagian pemasaran yaitu Ibu Yayuk. Bagian keuangan dan bagian pemasaran dipegang oleh satu orang yang sama karena selama ini Ibu Yayuk sendiri yang menangani terkait pengeluaran dan pemasukan dari usaha tersebut serta mempromosikan melalui media sosial. Pada bagian produksi, Bapak Julianto tidak pernah menunjuk salah satu karyawannya sebagai kepala produksi, karena menurut Bapak Julianto semua karyawan bekerja sama dalam proses pembuatan gethuk pisang. Tugas dan tanggung jawab dari setiap bagian yaitu sebagai berikut:

1. Pemilik, memiliki tugas sebagai penanggung jawab atas perusahaan dalam mengontrol segala hal mulai dari bahan baku, proses produksi, pemasaran, hingga kinerja karyawan dan kebijakan-kebijakan pada perusahaan.
2. Bagian keuangan, memiliki tugas sebagai pengatur dan pengelola keuangan perusahaan terkait pengeluaran dan pemasukan yang terjadi serta mencatat volume penjualan.
3. Bagian produksi, memiliki tugas sebagai penanggung jawab dalam proses pembuatan gethuk pisang hingga siap dijual serta mencatat total produksi.

4. Bagian pemasaran, memiliki tugas sebagai penanggung jawab dalam memasarkan produk serta mencatat konsumen pesanan konsumen secara *online*.

5.1.3 Tenaga Kerja

Tenaga kerja di UKM Citra Baru berjumlah 7 orang dengan sistem kerja harian. Mereka bekerja selama 8 jam per hari dan 4 hari kerja dalam satu minggu. Tenaga kerja ini dibagi menjadi dua bagian yaitu 4 orang laki-laki untuk bagian produksi, dan 3 orang perempuan untuk bagian pengemasan.

Tugas dari bagian produksi yaitu mengupas pisang, memasak pisang, membuat campuran sebagai bahan penolong, dan menggiling pisang. Tugas dari bagian pengemasan yaitu menimbang pisang, membungkus pisang menggunakan daun pisang, dan pemberian label pada luar pembungkus. Karyawan bagian produksi bekerja dari pukul 02.00 – 10.00 WIB, sedangkan karyawan bagian pengemasan bekerja dari pukul 07.00 – 15.00 WIB. Alasan karyawan produksi bekerja lebih awal karena dalam pengukusan pisang membutuhkan waktu sekitar 5 jam, sehingga karyawan bekerja pukul 02.00 agar ketika pagi hari pisang yang sudah dikukus bisa langsung dikemas.

Tabel 2. Jumlah Tenaga Kerja

No.	Jenis Tenaga Kerja	Jumlah Tenaga Kerja	Upah per Hari
1.	Bagian Produksi	4	Rp 70.000
2.	Bagian Pengemasan	3	Rp 30.000

5.1.4 Gambaran Bahan Baku

Bahan baku yang diperlukan dalam proses pembuatan gethuk pisang adalah pisang raja nangka dan daun pisang kepok. Pisang raja nangka dipilih karena pisang ini memiliki cita rasa yang khas yaitu rasa manis dan masam yang bercampur menjadi satu. Daun pisang kepok digunakan untuk mengemas gethuk pisang. Pemilihan daun pisang kepok sebagai kemasan gethuk pisang karena jenis daunnya tidak mudah rusak.

1. Pisang Raja Nangka

Pisang raja nangka merupakan bahan utama dalam pembuatan gethuk pisang, sehingga *stock* yang diperlukan relatif banyak. Dalam satu kali produksi, UKM Citra Baru membutuhkan 40 sisir pisang raja nangka.

Pemenuhan bahan baku pisang raja nangka didapatkan dari kerjasama antara UKM Citra Baru dengan salah satu penjual pisang raja nangka di pasar Setono Betek. Setiap minggunya *supplier* pisang raja nangka mengirimkan pisangnya sebanyak 160 sisir. Pisang yang dikirim merupakan pisang raja nangka yang belum matang sepenuhnya.

Pemenuhan bahan baku ini tidak setiap minggu dapat dipenuhi oleh *supplier*. Ada beberapa waktu *supplier* tidak mengirimkan pisangnya sesuai jadwal karena belum berbuah, dan harga pisang yang berfluktuatif. Normalnya perusahaan mendapatkan pisang satu sisir dengan harga Rp 10.000,-. Harga pisang akan mengalami kenaikan harga ketika belum musim berbuah dan saat musim penghujan karena pisang menjadi cepat busuk. Pada musim tersebut, perusahaan tetap membeli pisang dengan harga yang sesuai pada saat itu agar tetap berproduksi.

Harga yang pernah didapatkan perusahaan ketika musim penghujan adalah sebesar Rp 15.000 per sisirnya. Perusahaan pernah tidak melakukan produksi selama dua minggu karena sulitnya mendapatkan pisang raja nangka ketika belum berbuah. Pada musim belum berbuah perusahaan melakukan produksi sesuai dengan banyaknya pisang yang dikirim *supplier*.

2. Daun Pisang Kepok

UKM Citra Baru bekerjasama dengan salah satu penjual daun pisang kepok di pasar Setono Betek untuk pemenuhan *stock* terkait kemasan. Dalam satu kali produksi, UKM Citra Baru membutuhkan 100 lembar daun pisang kepok. Setiap minggunya *supplier* mengirimkan daunnya sebanyak 400 lembar daun untuk pemenuhan *stock* di perusahaan. Harga yang didapatkan untuk satu lembar daun yaitu Rp 1.500,-.

Kendala yang dihadapi dalam pemenuhan daun pisang kepok adalah sulitnya mendapatkan daun pisang pada musim kemarau dan berangin. Pada musim tersebut kualitas daun menjadi rusak, sehingga daun pisang sulit didapatkan dan harga daun pisang semakin meningkat. Pada musim tersebut, perusahaan akan membeli berapapun *stock* daun yang tersedia di *supplier* dengan harga yang sesuai pada saat itu.

5.1.5 Proses Produksi Gethuk Pisang



Skema 4. Proses Pembuatan Gethuk Pisang

Proses pembuatan gethuk pisang diawali dari pengupasan pisang raja nangka. Pisang yang dipilih merupakan pisang raja nangka yang setengah matang, alasannya agar warna pisang ketika dikukus tidak terlihat coklat busuk. Pisang yang sudah dikupas dimasukkan ke dalam panci dan dikukus selama ± 5 jam. Sambil menunggu pisang dikupas, membuat adonan bahan campuran seperti gula 1 kg, vanili 2 botol kecil, dan benzoat secukupnya (tidak lebih dari satu sendok makan) lalu bahan-bahan tersebut dicampur. Selanjutnya memanaskan daun pisang diatas tungku api sampai layu. Fungsi dari memanaskan daun pisang agar daun tersebut terlihat lemas dan mengkilat sehingga terlihat bagus sebagai pembungkus. Setelah 5 jam dikukus, pisang langsung digiling ketika panas. Alasan langsung digiling ketika panas, karena pisang dalam keadaan panas mudah hancur sehingga mudah untuk digiling. Ketika digiling, campurkan dengan bahan-bahan yang sudah disiapkan tadi secara berkala.

Proses penggiling tidak membutuhkan waktu lama, jika pisang terlihat sudah menjadi seperti bubur maka proses penggilingan dihentikan. Setelah digiling, pisang dibawa kebagian penimbangan. Disana pisang ditimbang sekitar 240 gr. Setelah ditimbang, pisang langsung dibungkus dengan daun pisang. Proses pembungkusan ini diharuskan ketika masih panas – hangat. Alasannya agar pisang tersebut mudah digulung dan membentuk lingkaran. Langkah terakhir yaitu pemberian label.

5.1.6 Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produknya yang ditinjau dari kapasitas bahan baku, kapasitas jam tenaga kerja, kapasitas alat dalam proses produksi, dan jumlah permintaan konsumen. Pada UKM Citra Baru, kapasitas produksi yang mampu dihasilkan sebesar 500 bungkus dalam sehari dan membutuhkan pisang raja nangka sebanyak 40 sisir. Perusahaan UKM Citra Baru hanya mampu memproduksi 500 bungkus/hari karena bahan baku yang didapat dalam seminggu hanya sebanyak 160 sisir. *Stock* pisang raja nangka sebanyak 160 sisir ini tidak bisa langsung diproduksi seluruhnya, karena ditinjau dari kematangan pisang yang sesuai yaitu tidak terlalu matang dan tidak terlalu muda.

Kapasitas jam tenaga kerja pada UKM Citra Baru yaitu selama 13 jam yang dibagi menjadi 2 sesi dengan masing-masing sesi selama 8 jam. Sesi pertama yaitu jam tenaga kerja bagian produksi yang dimulai pukul 02.00 – 10.00 wib. Sesi kedua yaitu jam tenaga kerja bagian pengemasan yang dimulai pukul 07.00 – 15.00 wib.

Kapasitas alat dalam proses produksi yang digunakan yaitu dandang dan penggiling. Dandang yang digunakan dalam proses produksi mampu mengukus pisang seberat 600 kg sekali produksi. Namun karena kapasitas bahan baku yang tersedia hanya 40 sisir per harinya, dandang yang digunakan untuk mengukus pisang tidak sampai seberat 600 kg. Pada mesin penggiling tidak terdapat pastinya berapa kapasitas yang mampu digunakan, namun pihak perusahaan menggunakan bak dengan diameter 58 cm setiap proses penggilingan. Dalam satu kali produksi, proses penggilingan bisa dilakukan sebanyak 5x.

Jumlah permintaan konsumen secara *offline* sebanyak 1.200 bungkus per bulannya, sedangkan untuk permintaan secara *online* berfluktuatif tergantung pemesanan dari konsumen. Untuk menyediakan pesanan konsumen secara *online*, perusahaan menyediakan *stock* sebanyak 1.600 per minggunya. *Stock* tersebut setiap minggunya habis terjual sesuai dengan permintaan konsumen.

5.2 Perbandingan Penjualan Online dan Offline

Perbandingan antara penjualan *online* dan *offline* di UKM Citra Baru sekitar 80% dan 20% tiap bulannya. Perbandingan itu didapat dari banyaknya pesanan melalui *online* yang masuk melalui nomor *whatsapp*. Penjualan *offline* yang dilakukan oleh perusahaan yaitu penjualan gethuk pisang di empat outlet penjualan yaitu di Wates, Gurah, Terminal Lama Kediri, dan Alun-alun Kediri. Pada penjualan *offline*, perusahaan sudah menentukan total produksinya sebesar 1.200 bungkus per bulannya, sehingga tidak terdapat fluktuasi pemesanan seperti penjualan *online*. Berikut ini akan disajikan *gantt chart* terkait perbandingan persentase penjualan *online* dan penjualan *offline*.



Gambar 1. *Gantt Chart* Persentase Penjualan Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

Pada gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa penjualan *online* lebih banyak diminati oleh konsumen dibandingkan penjualan secara *offline*. Penjualan secara *online* mengalami kenaikan minat pembelian tiap tahunnya. Kenaikan persentase penjualan *online* akan disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Persentase Minat Konsumen Dalam Pemesanan *Online*

No	Tahun	Persentase Penjualan <i>Online</i>
1	2010	5%
2	2011	15%
3	2012	25%
4	2013	30%
5	2014	55%
6	2015	45%
7	2016	60%
8	2017	80%

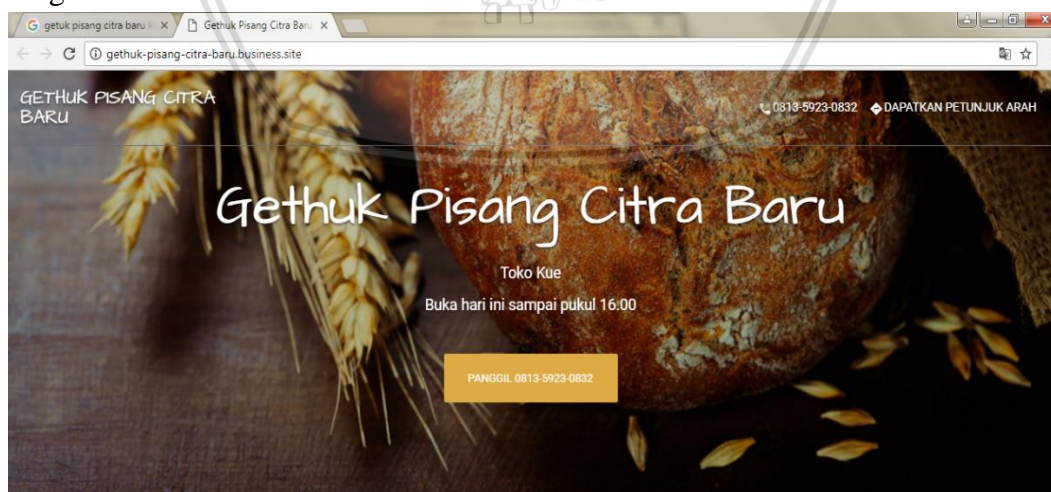
Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, minat konsumen membeli melalui *online* semakin meningkat walaupun ada beberapa tahun mengalami penurunan minat pembelian *online*. Pada awal tahun merintis penjualan *online*, perusahaan hanya menggunakan *facebook* untuk memasarkannya. Tahun 2013 perusahaan menambah *website* dalam proses penjualannya, dan di tahun 2015 perusahaan menambah penggunaan media sosial baru yaitu *whatsapp*. Pada tahun 2015 ini minat konsumen dalam pembelian secara *online* menurun. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut, perusahaan mulai jarang menggunakan aplikasi *facebook* karena minat konsumen dalam membeli melalui *facebook* mulai berkurang. Berikut akan disajikan *gantt chart* terkait perbandingan persentase penjualan *online* gethuk pisang.



Gambar 2. *Gantt Chart* Persentase Penjualan *Online* Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

Pemesanan melalui *facebook* tiap tahunnya mengalami penurunan, hingga pada tahun 2017 hanya 5%, karena *facebook* UKM Citra Baru jarang digunakan oleh pemilik untuk memasarkan produknya. Pada pemesanan *website* hanya sebesar 15%. Konsumen yang memesan melalui *website* merupakan konsumen diluar kota Kediri yang menginginkan gethuk pisang, kemudian menghubungi nomor yang tertera di *website* tersebut. Pada pemesanan melalui *whatsapp* sangatlah banyak peminatnya yaitu sebesar 60%. Alasannya karena Ibu Yayuk bergabung dalam grup UKM Kota Kediri, disana Ibu Yayuk sering mempromosikan produknya yaitu gethuk pisang Citra Baru. Pada *website* dan *facebook*, Ibu Yayuk mencantumkan nomor *whatsapp* untuk pemesanannya sehingga pemesanan melalui *whatsapp* sangatlah diminati oleh konsumen.



Gambar 3. Tampilan *Website* Gethuk Pisang Citra Baru

Perusahaan menginginkan dengan adanya penjualan *online* ini, produknya mampu dikenal oleh kalangan masyarakat di Jawa Timur. Keinginan perusahaan untuk memperkenalkan produknya mulai terwujud, yaitu adanya konsumen yang memesan dari beberapa kota, namun penyebarannya masih sedikit. Penyebaran penjualan *online* gethuk pisang Citra Baru berada di kota Surabaya, Madiun, Nganjuk, Blitar, dan Kediri. Konsumen pada umumnya membeli produk gethuk pisang dalam jumlah sedikit ($\pm 25 - 30$ bungkus) untuk dikonsumsi sendiri dalam satu keluarga. Konsumen yang membeli kebanyakan ibu rumah tangga yang membelikan oleh-oleh untuk keluarganya dan membeli untuk dikonsumsi sendiri. Berikut akan diberikan data terkait sebaran penjualan *online* di Jawa Timur.

Tabel 4. Sebaran Penjualan *Online* Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Kota	Persentase Pembelian	Kecepatan Proses Pengiriman
1	Surabaya	15%	$\pm 1 - 2$ hari
2	Madiun	15%	± 1 hari
3	Nganjuk	15%	± 1 hari
4	Blitar	15%	± 1 hari
5	Kediri	40%	< 1 hari

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Data tersebut menjelaskan bahwa sebaran kota yang sering memesan melalui *online* terdapat 5 kota dengan kota Kediri sebagai kota yang sering memesan. Pemesanan paling jauh yang pernah diterima oleh UKM Citra Baru adalah kota Surabaya. Kelima kota selain kota Kediri ini merupakan yang paling sering memesan setiap bulannya, walaupun tidak setiap minggu memesan. Pengiriman untuk ke kota Surabaya dan Madiun menggunakan jasa JNE dengan kecepatan $\pm 1 - 2$ hari, produk sudah sampai di tangan konsumen. Pengiriman untuk ke kota Blitar dan Nganjuk tidak menggunakan jasa JNE, karena bisa sampai 3 hari produk baru sampai. Mengatasi hal tersebut, biasanya Bapak Julianto sendiri yang mengantar produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Terkadang konsumen yang berasal dari Blitar dan Nganjuk ini mengambil pesannya sendiri ke tempat produksi UKM Citra Baru, tergantung dari permintaan dan kesepakatan konsumen dengan pemilik untuk dikirimkan atau diambil sendiri. Pengiriman untuk ke kota Kediri

terdapat dua alternatif yaitu Bapak Julianto mengirimkan langsung ke rumah konsumen, atau konsumen yang datang ke tempat produksi UKM Citra Baru. Kebanyakan konsumen dari Kediri hanya pemesanan pembelian saja melalui *online*, untuk pengambilan barang diambil sendiri oleh pihak konsumen. Hal tersebut dikarenakan keinginan konsumen sendiri, tapi apabila terdapat konsumen yang menginginkan diantar, Bapak Julianto siap untuk mengantarkan. Sejauh ini komplain dari pelanggan sangat jarang diterima oleh Bapak Julianto, baik terkait kualitas produk ataupun lamanya proses pengiriman.

Berdasarkan penjelasan tersebut, UKM Citra Baru ini tidak sepenuhnya menggunakan penjualan *online*. Hal ini ditinjau dari masih banyaknya konsumen yang mengambil barang pesannya sendiri ke tempat produksi UKM Citra Baru, khususnya di daerah Kediri. Penjualan *online* yang dimaksud di UKM ini hanya sebatas pemesanan yang bisa dilakukan melalui *online*, tidak sampai pengiriman pesanan ke konsumen. Sebaiknya UKM Citra Baru mampu mengirimkan pesanan konsumen langsung, agar konsumen merasa puas dengan pelayanannya. Salah satu cara dalam pengiriman *online* ini menggunakan jasa *go-food*. Adanya *go-food* di Kediri makin mempermudah konsumen untuk memesan gethuk pisang, sehingga konsumen tidak perlu datang lagi ke UKM Citra Baru. Selain itu, bekerjasama dengan *go-food* memberikan keuntungan pula bagi UKM Citra Baru, salah satunya yaitu semakin meluasnya pangsa pasar sehingga produk gethuk pisang UKM Citra Baru makin dikenal oleh konsumen.

Cara lain dalam penambahan penjualan *online* ini yaitu menambahkan media sosial baru dalam proses pemasaran. Penambahan media sosial ini tidak hanya dari *website*, *facebook*, dan *whatsapp* tapi ditambahkan lagi menggunakan Tokopedia dan *Shopee*. Keuntungan dalam penggunaan Tokopedia dan *Shopee*, konsumen bisa langsung memesan melalui aplikasi tersebut tanpa harus menghubungi pemilik melalui *whatsapp*. Selain itu, dengan adanya Tokopedia dan *Shopee*, produk gethuk pisang Citra Baru mampu dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya disekitar Jawa Timur.

5.3 Analisis *Standard Costing*

Analisis biaya standar (*standard costing*) merupakan analisis biaya yang dilakukan untuk mengetahui pengeluaran biaya produksi gethuk pisang pada UKM Citra Baru. Penentuan biaya standar dibagi menjadi empat bagian yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, dan biaya non produksi. Biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik merupakan biaya-biaya yang berhubungan secara langsung dengan proses produksi. Biaya non produksi meliputi biaya administrasi, biaya transportasi, dan biaya pemasaran. Hasil dari analisis *standard costing* untuk mengetahui besarnya biaya produksi per kemasan dan besarnya keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

5.3.1 Total Produksi, Volume Penjualan, dan Harga Jual

UKM Citra Baru mampu memproduksi 500 bungkus gethuk pisang dalam sehari. Proses produksi dilakukan selama empat hari dalam seminggu. Pisang yang dibutuhkan yaitu pisang raja angka sebanyak 40 sisir dalam satu kali produksi. Pisang ini didapat dari *supplier* pisang yang sudah bekerjasama dengan Bapak Julianto sejak awal UKM ini dibentuk. Pisang raja angka diantar oleh *supplier* ke rumah Bapak Julianto setiap satu kali dalam seminggu sebanyak 160 sisir.

Setiap bulannya UKM Citra Baru mampu memproduksi gethuk pisang sebanyak ± 6000 bungkus. Pada bulan puasa produk yang dihasilkan lebih sedikit dari biasanya, sedangkan pada hari raya dan akhir tahun produksi yang dihasilkan bisa mencapai dua kali lipat dari biasanya. Sebanyak ± 6000 bungkus dijual melalui *online* sebesar 80% dan *offline* sebesar 20%. Data terkait total produksi pada tahun 2017 akan dijelaskan pada tabel 5.

Tabel 5. Total Produksi Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Bulan	Total Produksi	
		Online	Offline
1	Januari	4800	1200
2	Februari	6400	1200
3	Maret	6400	1200
4	April	6400	1200
5	Mei	1200	1200
6	Juni	9600	1200
7	Juli	6400	1200
8	Agustus	6800	1200
9	September	6400	1200
10	Oktober	6400	1200
11	November	6800	1200
12	Desember	7600	1200
Total Penjualan Satu Tahun (Biji)		75200	14400

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Data pada tabel 5 menjelaskan terkait total produksi yang mampu dilakukan UKM Citra Baru sebesar 75.200 bungkus untuk penjualan *online* dan 14.400 bungkus untuk penjualan *offline*. Penjualan *offline* tiap bulannya stabil yaitu 1.200 bungkus karena toko yang bekerjasama dengan UKM Citra Baru hanya meminta *stock* 1.200 bungkus tiap bulannya. Total produksi terbanyak berada pada bulan Juni dan bulan Desember karena pada bulan Juni bertepatan dengan hari lebaran, sehingga pesanan meningkat dua kali lipat. Pada bulan Desember juga mengalami peningkatan total produksi karena bertepatan dengan akhir tahun sehingga pesanan lebih banyak dibandingkan hari-hari biasanya. Bulan Mei merupakan bulan dengan total produksi terendah karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan Ramadhan, sehingga pesanan sangat sedikit.

Ditinjau dari total produksi pada tahun-tahun sebelumnya, tahun 2017 merupakan tahun dengan total produksi tertinggi dibandingkan dengan 4 tahun terakhir ini (2014, 2015, dan 2016). Pada tahun 2014, UKM Citra Baru mampu memproduksi dengan total produksi sebesar 63.680 bungkus. Pada tahun 2015, total produksi yang dilakukan UKM Citra Baru mengalami penurunan daripada tahun sebelumnya yaitu sebesar 54.720 bungkus. Menurut pemilik UKM Citra Baru, penurunan total produksi tersebut karena minat konsumen dalam membeli melalui *facebook* mulai berkurang. Pada tahun 2016, UKM Citra Baru mampu menaikkan

total produksinya kembali sebesar 68.160 bungkus dan ditahun 2017 perusahaan mampu menaikkan total produksinya kembali. Harapan dari UKM Citra Baru yaitu ditahun-tahun selanjutnya mampu menaikkan total produksi dan semakin meluasnya pangsa pasar.

Volume penjualan pada UKM Citra Baru memiliki jumlah yang sama dengan total produksi. Hal ini karena UKM Citra Baru memproduksi gethuk pisang sesuai dengan banyaknya pesanan yang dipesan oleh konsumen. Data terkait volume penjualan gethuk pisang tahun 2017 akan disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Volume Penjualan Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Bulan	Volume Penjualan	
		Penjualan Online	Penjualan Offline
1	Januari	4800	1200
2	Februari	6400	1200
3	Maret	6400	1200
4	April	6400	1200
5	Mei	1200	1200
6	Juni	9600	1200
7	Juli	6400	1200
8	Agustus	6800	1200
9	September	6400	1200
10	Oktober	6400	1200
11	November	6800	1200
12	Desember	7600	1200
Total Penjualan Satu Tahun (Biji)		75200	14400

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Data volume penjualan pada tabel 6 menunjukkan hasil yang sama dengan total produksi. Volume penjualan gethuk pisang secara *online* sebesar 75.200 bungkus dan 14.400 bungkus secara *offline*. Hasil yang sama menunjukkan bahwa UKM Citra Baru mampu memenuhi permintaan pesanan konsumen tiap bulannya. Penjualan gethuk pisang secara *online* masih area Jawa Timur. Pengiriman terjauh yang pernah dilakukan UKM Citra Baru adalah kota Surabaya, karena fokus dari UKM Citra Baru untuk saat ini ingin memperkenalkan produknya di area Jawa Timur. UKM Citra Baru akan memperkenalkan produknya lebih luas lagi apabila proses produksi dan pengaturan keuangan sudah efisien, sehingga UKM Citra baru sudah siap untuk memproduksi pesanan gethuk pisang lebih dari produksi saat ini.

Harga jual yang ditetapkan UKM Citra Baru sangat bervariasi dari kisaran harga Rp 1.250,-/bungkus; Rp 2.000,-/bungkus; Rp 2.500,-/bungkus; dan Rp 4.000/bungkus. Banyaknya kisaran harga yang ditawarkan, yang sering dipesan oleh konsumen adalah harga Rp 2.500,-/bungkus karena ukuran gethuk pisang pada harga tersebut sesuai dengan yang diminta konsumen. UKM Citra Baru akan memproduksi gethuk pisang dengan harga Rp 1.250,-; Rp 2.000,-; dan Rp 4.000 saat musim nikahan, karena pada saat itu banyak konsumen yang memesan. Setiap bulannya UKM Citra Baru hanya memproduksi gethuk pisang dengan harga Rp 2.500,-/bungkus karena harga tersebutlah yang paling laris di kalangan konsumen.

5.3.2 Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku utama dalam pembuatan gethuk pisang adalah pisang jenis raja nangka. Pemilihan jenis pisang tersebut dikarenakan pisang tersebut ketika dikukus tidak membutuhkan waktu yang lama, hanya 5 jam. Pemilik UKM Citra Baru pernah mencoba pisang jenis lain, namun ketika dikukus pisang tersebut membutuhkan waktu sekitar 7 – 8 jam. Pisang yang digunakan untuk gethuk pisang pun juga harus pas, tidak terlalu muda dan tidak terlalu matang.

Pisang yang dibutuhkan dalam satu kali produksi yaitu sebanyak 40 sisir. Setiap minggunya *supplier* pisang mengirimkan pisang raja nangka sebanyak 160 sisir. Rata-rata pemilik UKM Citra Baru membeli 160 sisir dengan harga Rp 1.600.000,- tiap minggunya. Harga tersebut tidak bisa sama setiap pembeliannya karena harga pisang yang fluktuatif, sehingga tiap bulannya pengeluaran biaya bahan baku berbeda. Berikut akan diberikan data terkait biaya bahan baku gethuk pisang tahun 2017 pada tabel 7. Rincian biaya bahan baku per bulannya dilampirkan pada lampiran 5.

Tabel 7. Biaya Bahan Baku Langsung Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

Tahun	Total Biaya Bahan Baku Gethuk Pisang	
	Online	Offline
2017	Rp 57.280.000	Rp 14.320.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Harga pisang raja nangka yang digunakan dalam proses produksi ini seharga Rp 10.000 / sisirnya. Biaya bahan baku yang dikeluarkan dalam satu tahun untuk penjualan gethuk pisang secara *online* sebesar Rp 57.280.000,- dan untuk penjualan

gethuk pisang secara *offline* sebesar Rp 14.320.000,-. Biaya bahan baku gethuk pisang untuk *online* sangat banyak dibandingkan dengan biaya bahan baku untuk *offline*, karena pemesanan *online* yang diterima UKM Citra Baru lebih banyak dibandingkan pemesanan *offline* (*outlet*). Rincian biaya bahan baku langsung per bungkusnya secara *online* dan *offline* pada tahun 2017 sebagai berikut:

1. *Online*

$$\begin{aligned}\text{Biaya bahan baku (per bungkus)} &= \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}} \\ \text{Biaya bahan baku (per bungkus)} &= \frac{\text{Rp 57.280.000}}{75.200} \\ &= \text{Rp 761,70 per bungkus}\end{aligned}$$

2. *Offline*

$$\begin{aligned}\text{Biaya bahan baku (per bungkus)} &= \frac{\text{Biaya Bahan Baku}}{\text{Total Produksi}} \\ \text{Biaya bahan baku (per bungkus)} &= \frac{\text{Rp 14.320.000}}{14.400} \\ &= \text{Rp 994 per bungkus}\end{aligned}$$

Hasil dari rincian biaya bahan baku gethuk pisang pada penjualan *online* membutuhkan biaya sebesar Rp 761,70 per bungkusnya, dan untuk *offline* membutuhkan biaya sebesar Rp 994 per bungkusnya. Dilihat dari biaya per bungkusnya, biaya bahan baku secara *offline* lebih besar dibandingkan pada biaya bahan baku secara *online*. Hal ini dikarenakan biaya bahan bakunya yang fluktuatif tiap bulannya, namun total produksi secara *offline* yang tetap sama tiap bulannya yaitu sebesar 1200 biji.

5.3.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

UKM Citra Baru memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 7 orang. Tenaga kerja disana dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian produksi dengan jumlah 4 orang dan bagian pengemasan berjumlah 3 orang. Mereka bekerja selama 8 jam per hari dan 4 hari kerja dalam satu minggu. Upah yang diberikan berupa upah harian dengan diberikan tiap seminggu sekali. Berikut akan diberikan data terkait upah tenaga kerja per harinya pada tabel 8. Rincian upah tenaga kerja per tahunnya akan dilampirkan pada lampiran 6.

Tabel 8. Upah Tenaga Kerja Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Jenis Tenaga Kerja	Upah
1	Bagian Produksi	Rp 70.000 / hari
2	Bagian Pengemasan	Rp 30.000 / hari

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Upah tenaga kerja bagian produksi lebih tinggi dibandingkan bagian pengemasan yaitu sebesar Rp 70.000 / harinya. Tenaga kerja bagian produksi bekerja mulai dari pukul 02.00 – 10.00 WIB, sehingga bagian produksi perlu mendapatkan upah yang lebih dibandingkan bagian pengemasan. Tenaga kerja bagian pengemasan mendapatkan upah sebesar Rp 30.000 / harinya dengan waktu mulai dari pukul 07.00 – 15.00 WIB. UKM Citra Baru mengeluarkan biaya tenaga kerja secara keseluruhan pada tahun 2017 sebesar Rp 71.040.000,-. Rincian upah tenaga kerja langsung per bungkusnya pada tahun 2017 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya tenaga kerja langsung (per bungkus)} &= \frac{\text{Biaya Tenaga Kerja per Tahun}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp 71.040.000}}{89.600} \\ &= \text{Rp 792,86 per bungkus} \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa upah tenaga kerja untuk per bungkusnya mengeluarkan biaya sebesar Rp 792,86,-. Upah tenaga kerja langsung ini tidak dibedakan secara *online* dan *offline*, karena tenaga kerja mengerjakan semua pesanan baik yang *online* maupun *offline* secara bersamaan. Biaya tenaga kerja per tahun tersebut didapat dari penjumlahan total upah tenaga kerja bagian produksi dengan upah tenaga kerja bagian pengemasan.

5.3.4 Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik pada UKM Citra Baru meliputi biaya bahan penolong, kemasan, penyusutan barang, dan listrik. Bahan penolong yang digunakan yaitu gula, vanili, benzoat, dan kayu bakar. UKM Citra Baru dalam proses produksinya masih menggunakan kayu bakar dan tungku, sehingga terdapat pengeluaran untuk pembelian kayu bakar. Biaya kemasan yang dikeluarkan yaitu berupa daun pisang, logo, isolasi, dan lidi. Biaya penyusutan barang yaitu biaya-biaya penyusutan barang yang digunakan selama proses produksi. Berikut akan diberikan data terkait

biaya *overhead* pabrik tahun 2017 pada tabel 9. Rincian biaya *overhead* pabrik per tahunnya akan dilampirkan pada lampiran 7 dan 8.

Tabel 9. Biaya *Overhead* Pabrik Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

Total Biaya Overhead Pabrik		
No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Bahan Penolong	Rp 9.240.000
2	Kemasan	Rp 34.094.000
3	Penyusutan	Rp 687.509
4	Listrik	Rp 2.400.000
Total Biaya		Rp 46.421.509

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Biaya *overhead* pabrik yang paling besar dikeluarkan yaitu pada biaya kemasan. Biaya kemasan selama ini menjadi salah satu biaya yang paling besar selain biaya bahan baku. Hal ini karena kemasan gethuk pisang menggunakan daun pisang yang harganya sebesar Rp 1.500,- per lembar daunnya. Total biaya *overhead* pada tahun 2017 secara keseluruhan sebesar Rp 46.421.509,-. Rincian biaya *overhead* pabrik per bungkusnya pada tahun 2017 sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya overhead pabrik (per bungkus)} &= \frac{\text{Biaya Overhead Pabrik per Tahun}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp 46.421.509}}{89.600} \\ &= \text{Rp 518 per bungkus} \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan biaya *overhead* pabrik menunjukkan bahwa UKM Citra Baru mengeluarkan biaya sebesar Rp 518,- per bungkusnya. Biaya *overhead* pabrik ini sama seperti perhitungan upah tenaga kerja yaitu tidak dibedakan secara *online* dan *offline*, karena mereka dikerjakan secara bersamaan baik yang *online* maupun *offline*. Total produksi yang digunakan merupakan penjumlahan dari total produksi secara *online* dengan total produksi secara *offline*.

5.3.5 Biaya Non Produksi

Biaya non produksi merupakan biaya yang tidak berhubungan langsung dalam kegiatan proses produksi. Pada UKM Citra Baru, biaya non produksi terdiri dari biaya pemasaran (*online*), transportasi dan pengiriman, serta biaya administrasi. Biaya pemasaran meliputi biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam memasarkan produknya melalui *facebook*, *whatsapp*, dan *website*. Biaya

transportasi dan pengiriman merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan ketika mengirimkan pesanan ke konsumen. Biaya administrasi yang dikeluarkan oleh UKM Citra Baru meliputi pulpen, buku, dan tipe-x. Berikut akan diberikan data terkait biaya non produksi UKM Citra Baru tahun 2017 pada tabel 10. Rincian biaya non produksi per tahunnya akan dilampirkan pada lampiran 9.

Tabel 10. Biaya Non Produksi Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Total Biaya
1	Biaya Pemasaran (<i>Online</i>)	Rp 1.100.000
2	Transportasi dan Pengiriman	Rp 580.000
3	Administrasi	Rp 23.500
Total Biaya		Rp 1.703.500

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 10 menunjukkan bahwa total biaya non produksi pada tahun 2017 sebesar Rp 1.703.500,-. Biaya terbesar yang dikeluarkan yaitu biaya pemasaran. Pada tahun 2017 UKM Citra Baru mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp 1.100.000,-. Biaya pemasaran ini terdiri dari biaya pulsa dan biaya paket data yang dikeluarkan perusahaan dalam memasarkan produknya secara *online*. Pada biaya transportasi dan pengiriman ini terdiri dari biaya transportasi dan biaya pengiriman. Biaya transportasi yaitu besarnya pengeluaran perusahaan untuk mengantarkan pesanan ke konsumen yang sebesar Rp 180.000,- pada tahun 2017. Biaya pengiriman yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengirimkan pesannya ke luar kota yang sebesar Rp 400.000,- pada tahun 2017. Pengeluaran biaya administrasi UKM Citra Baru terdiri dari pembelian pulpen, buku keuangan, dan tipe-x. Perhitungan rincian biaya non produksi per bungkusnya pada tahun 2017 akan dijelaskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya non produksi (per bungkus)} &= \frac{\text{Biaya Non Produksi per Tahun}}{\text{Total Produksi}} \\ \text{Biaya non produksi (per bungkus)} &= \frac{\text{Rp 1.703.500}}{89.600} \\ &= \text{Rp 19 per bungkus} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan yang didapat, diketahui bahwa UKM Citra Baru mengeluarkan biaya non produksi sebesar Rp 19 setiap bungkusnya. Biaya non produksi ini sama seperti perhitungan upah tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik yaitu tidak dibedakan secara *online* dan *offline*. Jadi, untuk produk yang terjual *online* maupun *offline* tiap kemasannya mengeluarkan biaya sebesar Rp 19.

5.3.6 Perhitungan Biaya Per Kemasan

Keseluruhan biaya yang sudah dihitung sebelumnya, akan menghasilkan biaya pengeluaran perusahaan untuk satu kemasan dan satu tahun produksi. Biaya untuk satu tahun produksi akan dilampirkan pada lampiran 10 dan biaya untuk satu kemasan pada tahun 2017 akan disajikan pada tabel 11.

Tabel 11. Total Biaya Per Kemasan Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Total Biaya	
		Online	Offline
1	Bahan Baku	Rp 761,70	Rp 994,44
2	Tenaga Kerja	Rp 792,86	Rp 792,86
3	Overhead Pabrik	Rp 518	Rp 518
4	Non Produksi	Rp 19	Rp 19
Total Biaya		Rp 2.092	Rp 2.324

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 11 menjelaskan bahwa biaya produksi dan non produksi yang harus dikeluarkan perusahaan untuk satu kemasan secara *online* sebesar Rp 2.092,- dan untuk satu kemasan secara *offline* sebesar Rp 2.324,-. Berdasarkan data tersebut, biaya secara *offline* lebih tinggi dibandingkan pada biaya secara *online*. Hal ini dikarenakan pada produksi secara *offline*, permintaan produknya selalu stabil yaitu sebesar 1.200 biji tiap bulannya. Berbeda dengan permintaan secara *online* yang tiap bulannya tidak dapat dipastikan.

5.3.7 Perhitungan Laba Rugi

Perhitungan laba rugi berfungsi untuk mengetahui besaran laba yang didapat oleh perusahaan. Pada UKM Citra Baru, besaran laba yang didapat diperoleh melalui perhitungan biaya standar. Laba kotor didapat dari perhitungan pendapatan dalam setahun dikurangi dengan biaya produksi. Laba bersih didapat dari perhitungan laba kotor dikurangi dengan biaya non produksi. Data terkait laba rugi UKM Citra Baru tahun 2017 akan dijelaskan pada tabel 12.

Tabel 12. Perhitungan Laba Rugi Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Komponen	Jumlah Biaya
1	Harga pokok produksi	Rp 189.061.509
2	Penjualan dalam setahun	Rp 224.000.000
3	Laba kotor	Rp 34.938.491
4	Laba bersih	Rp 33.234.991

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hasil dari tabel menunjukkan bahwa UKM Citra Baru pada tahun 2017 mendapatkan laba bersih sebesar Rp 33.234.991,-. Perhitungan terkait harga pokok produksi, penjualan dalam setahun, laba kotor, dan laba bersih akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Harga Pokok Produksi = Total Biaya Produksi Tahun 2017
 = Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya *overhead* pabrik
 = Rp 71.600.000 + Rp 71.040.000 + Rp 46.421.509
 = Rp 189.061.509,- per tahun
2. Penjualan dalam setahun = Harga gethuk x total produksi tahun 2017
 = Rp 2.500 x 89.600
 = Rp 224.000.000,- per tahun
3. Laba kotor = Penjualan dalam setahun – biaya produksi (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja + biaya *overhead* pabrik)
 = Rp 224.000.000 – Rp 189.061.509
 = Rp 34.938.491,- per tahun
4. Laba bersih = Laba kotor – biaya non produksi
 = Rp 34.938.491 – Rp 1.703.500
 = Rp 33.234.991,- per tahun

Berdasarkan rincian perhitungan diatas dengan harga gethuk pisang sebesar Rp 2.500 per bungkusnya, perusahaan mampu mendapatkan pendapatan sebesar Rp 224.000.000,- dengan keuntungan bersih sebesar Rp 33.324.991,-. Perhitungan terkait margin laba untuk gethuk pisang per bijinya dijabarkan pada tabel 13.

Tabel 13. Perhitungan Margin Laba Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

No	Komponen	Margin Laba			
		<i>Online</i>		<i>Offline</i>	
1	Harga gethuk	Rp	2.500	Rp	2.500
2	Biaya per kemasan	Rp	2.092	Rp	2.324
3	Persentase keuntungan (%)	16		7	

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Cara penentuan margin laba produk gethuk pisang menggunakan rumus sebagai berikut:

1. *Online*

$$\begin{aligned}\text{Margin Laba} &= \frac{\text{Harga gethuk} - \text{Biaya per kemasan}}{\text{Harga gethuk}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp 2.500} - \text{Rp 2.092}}{\text{Rp 2.500}} \times 100\% = 16\%\end{aligned}$$

2. *Offline*

$$\begin{aligned}\text{Margin Laba} &= \frac{\text{Harga gethuk} - \text{Biaya per kemasan}}{\text{Harga gethuk}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp 2.500} - \text{Rp 2.324}}{\text{Rp 2.500}} \times 100\% = 7\%\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa pada penjualan *online* perusahaan UKM Citra Baru mendapatkan margin laba sebesar 16% yaitu Rp 408. Penjualan secara *offline* yang dilakukan UKM Citra Baru hanya mendapatkan margin laba sebesar 7% yaitu Rp 176. Margin laba yang diperoleh dari penjualan *offline* lebih sedikit dibandingkan penjualan secara *online* karena pada produksi secara *offline*, permintaan produknya selalu stabil yaitu sebesar 1.200 bungkus tiap bulannya.

5.4 Analisis *Target Costing*

Target costing merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengefisiensikan biaya produksi sehingga perusahaan mampu mencapai target laba yang diharapkan. Hasil perhitungan sebelumnya menunjukkan bahwa UKM Citra Baru mendapatkan margin laba sebesar 16% untuk penjualan *online* dan 7% untuk penjualan *offline*. Perusahaan merasa margin laba tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan perusahaan, sehingga dibutuhkan metode penerapan *target costing* pada penelitian ini. Langkah-langkah penerapan metode *target costing* yaitu:

1. Penentuan Harga Jual di Pasaran

UKM Citra Baru merupakan usaha kecil mikro milik perorangan. UKM ini hanya menjual satu jenis produk yaitu gethuk pisang. Perusahaan ini menjualkan produknya langsung ke konsumen dan beberapa *outlet* yang telah bekerjasama. Harga jual gethuk pisang di UKM Citra Baru sebesar Rp 2.500 per bungkusnya. Harga ini merupakan harga yang sudah ditentukan dipasaran. Hal inilah yang menyebabkan UKM Citra Baru tidak bisa menaikkan harga jualnya. Cara

mengatasinya, UKM Citra Baru membuat beberapa varian harga mulai dari harga Rp 1.250,-/bungkus; Rp 2.000,-/bungkus; Rp 2.500,-/bungkus; dan Rp 4.000,-/bungkus. Varian harga yang ditawarkan UKM Citra Baru yang laku dipasaran adalah harga Rp 2.500,- karena ukuran gethuk pisang pada harga tersebut sesuai dengan yang diminta konsumen. Varian harga lainnya yaitu Rp 1.250,-; Rp 2.000,-; dan Rp 4.000 hanya laku saat musim nikahan, karena pada saat itu banyak konsumen yang memesan sebagai jajanan dan seserahan pernikahan. Setiap bulannya UKM Citra Baru hanya memproduksi gethuk pisang dengan harga Rp 2.500,-/bungkus karena harga tersebutlah yang paling laris dikalangan konsumen.

2. Menghitung Target Laba yang Diharapkan

UKM Citra Baru mengharapkan target laba sebesar 30% dari harga jual gethuk pisang baik *online* maupun *offline*. Data terkait target laba yang diharapkan akan dijelaskan pada tabel 14.

Tabel 14. Target Laba yang Diharapkan Gethuk Pisang UKM Citra Baru

Laba yang diharapkan		
Komponen		Total
Target laba (%)		30
Harga jual	Rp	2.500
Total biaya	Rp	750

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rumus perhitungan yang didapatkan dari hasil data diatas sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Target Laba} &= \text{Harga jual} \times \text{target laba yang diharapkan} \\
 &= \text{Rp } 2.500 \times 30\% \\
 &= \text{Rp } 750,- \text{ per kemasan}
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Target Biaya yang Dikeluarkan

Berdasarkan perhitungan target laba, didapatkan hasil sebesar Rp 750,-. Hasil perhitungan tersebut akan digunakan untuk menghitung target biaya yang dikeluarkan oleh UKM Citra Baru. Data terkait target biaya yang dikeluarkan akan dijelaskan pada tabel 15.

Tabel 15. Perhitungan Target Biaya Gethuk Pisang UKM Citra Baru

Target Biaya Per Kemasan		
Komponen		Total
Harga jual	Rp	2.500
Laba yang diharapkan	Rp	750
Total biaya	Rp	1.750

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rumus perhitungan yang didapatkan dari hasil data diatas sebagai berikut:

Target Biaya = Harga jual – laba yang diharapkan

= Rp 2.500 – Rp 750,-

= Rp 1.750,- per kemasan

Perhitungan diatas menunjukkan hasil bahwa target biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk satu kemasan sebesar Rp 1.750,-. Target biaya ini tidak dibedakan secara *online* dan *offline*. Jadi, untuk produk yang terjual *online* maupun *offline* setelah dihitung target biayanya mengeluarkan biaya sebesar Rp 1.750,- per kemasannya.

4. Menghitung Total Biaya Produksi yang Efisien

Total biaya produksi yang efisien didapat dari hasil penjualan dalam setahun dikurangi dengan laba yang diharapkan dalam setahun. Penjualan dalam setahun didapat dari harga produk dikalikan dengan total produksi. Perhitungan untuk laba yang diharapkan yaitu penjualan dalam setahun dikalikan dengan persentase laba yang diharapkan. Data terkait total biaya produksi yang efisien akan dijelaskan pada tabel 16.

Tabel 16. Total Biaya Produksi yang Efisien Gethuk Pisang UKM Citra Baru

Komponen		Total
Penjualan dalam setahun	Rp	224.000.000
Laba yang diharapkan dalam setahun	Rp	67.200.000
Total biaya	Rp	156.800.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Rincian perhitungan yang didapatkan dari hasil data diatas sebagai berikut:

Total biaya produksi yang efisien = Penjualan dalam setahun – laba yang diharapkan

= Rp 224.000.000 – Rp 67.200.000

= Rp 156.800.000,- per tahun

Berdasarkan hasil rincian perhitungan diatas, didapatkan bahwa total biaya produksi yang efisien menggunakan metode *target costing* sebesar Rp 156.800.000,-. Hasil ini didapatkan dari penjualan dalam setahun dikurangi dengan laba yang diharapkan yaitu 30%. Laba yang diharapkan dalam setahun sebesar Rp 67.200.000,- didapatkan dari perhitungan Rp 224.000.000,- dikalikan dengan 30%.

5. Rekayasa Nilai

Langkah terakhir dalam menerapkan metode *target costing* yaitu melakukan rekayasa nilai dari biaya produksi maupun biaya non produksi. Rekayasa nilai didapat dari mengurangi komponen-komponen biaya tanpa mengurangi kualitas dari produk. Komponen yang dapat direkayasa nilai dalam proses produksi gethuk pisang di UKM Citra Baru yaitu biaya bahan baku, biaya kemasan, upah tenaga kerja bagian produksi, dan biaya pemasaran.

UKM Citra Baru membeli bahan baku pisang raja nangka seharga Rp 10.000,- per sisir di pasar Setono Betek. Harga pisang raja nangka bisa didapat dengan harga lebih murah yaitu seharga Rp 8.000 per sisirnya apabila membeli pisang raja nangka di pasar Grosir. Jadi untuk masalah bahan baku, perusahaan bisa berpindah mitra ke mitra yang lebih murah dalam menjualkan pisangnya.

Pada biaya kemasan, pengeluaran perusahaan paling tinggi yaitu dalam pembelian daun pisang. Daun pisang yang digunakan yaitu daun pisang kepok dengan harga Rp 1.500 per lembarnya. Cara mengatasi harga daun pisang ini dengan mengganti daun pisang kepok menjadi daun pisang klutuk. Harga dari daun pisang klutuk yaitu Rp 1.000 per lembarnya dan daun pisang klutuk merupakan jenis daun pisang yang juga dimanfaatkan untuk membungkus makanan.

Biaya ketiga yang harus dikurangi yaitu upah tenaga kerja bagian produksi. Alasan pengurangan upah tenaga kerja bagian produksi karena terdapat jeda waktu kosong selama 5 jam yaitu pada proses pengukusan pisang. Pada proses tersebut pekerja hanya menunggu tungku api agar tetap menyala, sehingga upah tenaga kerja bagian produksi yang awalnya Rp 70.000,- per hari berubah menjadi Rp 50.000,- per harinya.

Biaya terakhir yaitu pemasaran *online* yang dilakukan perusahaan. Perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp 140.000 per bulan untuk pemasaran *online*, namun dengan biaya tersebut produk gethuk pisang belum mampu meningkatkan volume

penjualannya. Cara mengatasi hal tersebut yaitu bekerjasama dengan *go-food* sehingga biaya transportasi dan pengiriman yang dikeluarkan perusahaan berkurang. Berdasarkan hal tersebut, biaya terkait pemasaran *online* pada perusahaan berubah menjadi Rp 115.000,- per bulan. Keuntungan bekerjasama dengan *go-food* adalah produk mampu dikenal oleh masyarakat, sehingga pemesanan untuk produk gethuk pisang semakin meningkat. Berikut akan diberikan data terkait biaya sebelum rekayasa dan biaya setelah rekayasa serta besarnya efisiensi biaya pada tabel 17. Rincian terkait efisiensi biaya sebelum dan sesudah rekayasa nilai akan dilampirkan pada lampiran 11 dan 12.

Tabel 17. Efisiensi Biaya Sebelum dan Setelah Rekayasa Nilai

No	Jenis Biaya	Biaya Sebelum Rekayasa Nilai	Biaya Setelah Rekayasa Nilai	Efisiensi Biaya
1	Bahan baku (pisang)	Rp 71.600.000	Rp 57.280.000	Rp 14.320.000
2	Kemasan (daun pisang)	Rp 28.800.000	Rp 19.200.000	Rp 9.600.000
3	Tenaga kerja produksi	Rp 53.760.000	Rp 38.400.000	Rp 15.360.000
4	Pemasaran <i>Online</i>	Rp 1.680.000	Rp 1.380.000	Rp 300.000
Total Keseluruhan		Rp 155.840.000	Rp 116.260.000	Rp 39.580.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Perhitungan biaya yang didapatkan dari hasil data diatas diperoleh dari:

1) Biaya Bahan Baku

a. Sebelum Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Bahan baku} &= \text{Kebutuhan bahan baku} \times \text{harga bahan baku} \\
 &= 7.160 \text{ sisir} \times \text{Rp } 10.000 \\
 &= \text{Rp } 71.600.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

b. Sesudah Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Bahan baku} &= \text{Kebutuhan bahan baku} \times \text{harga bahan baku} \\
 &= 7.160 \text{ sisir} \times \text{Rp } 8.000 \\
 &= \text{Rp } 57.280.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

2) Biaya Kemasan

a. Sebelum Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya kemasan} &= \text{Kebutuhan daun pisang} \times \text{harga daun pisang} \\
 &= 19.200 \text{ lembar} \times \text{Rp } 1.500 \\
 &= \text{Rp } 28.800.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

b. Sesudah Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya kemasan} &= \text{Kebutuhan daun pisang} \times \text{harga daun pisang} \\
 &= 19.200 \times \text{Rp } 1.000 \\
 &= \text{Rp } 19.200.000 \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

3) Upah Tenaga Kerja

a. Sebelum Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Upah tenaga kerja} &= \text{jumlah hari kerja} \times \text{upah} \times \text{jumlah tenaga kerja} \\
 &= 192 \text{ hari} \times \text{Rp } 70.000 \times 4 \text{ orang} \\
 &= \text{Rp } 53.760.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

b. Sesudah Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Upah tenaga kerja} &= \text{jumlah hari kerja} \times \text{upah} \times \text{jumlah tenaga kerja} \\
 &= 192 \text{ hari} \times \text{Rp } 50.000 \times 4 \text{ orang} \\
 &= \text{Rp } 38.400.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

4) Pemasaran *Online*

a. Sebelum Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Pemasaran online} &= \text{Biaya pemasaran} + \text{biaya transportasi dan pengiriman} \\
 &= \text{Rp } 1.100.000 + \text{Rp } 580.000 \\
 &= \text{Rp } 1.680.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

b. Sesudah Rekayasa

$$\begin{aligned}
 \text{Pemasaran online} &= \text{Biaya pemasaran} + \text{biaya transportasi dan pengiriman} \\
 &= \text{Rp } 1.100.000 + \text{Rp } 280.000 \\
 &= \text{Rp } 1.380.000,- \text{ per tahun}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan data tabel 17 dan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan rekayasa nilai, perusahaan mampu menghemat biaya sebesar Rp 39.580.000,-. Penghematan biaya ini didapat dari biaya bahan baku, biaya kemasan,

upah tenaga kerja, dan biaya pemasaran *online*. Pada biaya bahan baku, perusahaan mampu menghemat biaya hingga Rp 14.320.000,-. Pada biaya kemasan, perusahaan menghemat biaya hingga Rp 9.600.000,-. Pada upah tenaga kerja, perusahaan mampu menghemat biaya hingga Rp 15.360.000,-. Pada biaya pemasaran *online*, perusahaan mampu menghemat pengeluaran sebesar Rp 300.000,-. Penghematan pengeluaran biaya pemasaran *online* ini karena pada biaya transportasi dan pengiriman yang dikeluarkan perusahaan berkurang setelah bekerjasama dengan *go-food*. Kerjasama dengan *go-food* memiliki keuntungan lainnya yaitu produk gethuk pisang mampu dikenal oleh masyarakat, sehingga volume penjualan secara *online* dapat meningkat menjadi 2x lipat. Peningkatan volume penjualan berbanding lurus dengan laba yang diterima oleh perusahaan, sehingga dapat diasumsikan sebagai berikut:

1. Sebelum kerjasama dengan *go-food*
 - a. Volume penjualan *online* = 75.200 bungkus
 - b. Penerimaan penjualan *online* = Rp 188.000.000,- per tahun
 - c. Laba bersih penjualan *online* = Rp 30.706.510,- per tahun
2. Asumsi setelah kerjasama dengan *go-food* dan menerapkan rekayasa nilai, perusahaan mengalami peningkatan penjualan *online* sebesar 2x lipat. Perhitungan terkait asumsi kerjasama akan dijelaskan pada lampiran 13.
 - a. Volume penjualan *online* = 150.400 bungkus
 - b. Penerimaan penjualan *online* = Rp 376.000.000,- per tahun
 - c. Laba bersih penjualan *online* = Rp 236.270.991,- per tahun

Hasil asumsi menunjukkan bahwa perusahaan setelah kerjasama dengan *go-food* dan telah menerapkan rekayasa nilai, mampu mendapatkan laba bersih sebesar Rp 236.270.991,- per tahun dengan volume penjualan *online* sebesar 150.400 bungkus. Hasil ini membuktikan bahwa perusahaan setelah bekerjasama dengan *go-food* mampu memperkenalkan produknya ke masyarakat luas dilihat dari meningkatnya volume penjualan serta laba bersih yang diperoleh perusahaan semakin meningkat.

5.5 Perbandingan Analisis *Standard Costing* dan *Target Costing*

Hasil dari perhitungan sebelumnya antara *standard costing* dengan *target costing* dapat disimpulkan bahwa metode *target costing* lebih mampu

mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil total biaya produksi yang efisien dan hasil dari rekayasa nilai. Berikut ini akan disajikan tabel 18 dan 19 terkait perbandingan hasil analisis metode *standard costing* dengan *target costing*.

Tabel 18. Perbandingan Hasil Analisis Gethuk Pisang UKM Citra Baru Per Kemasan

Metode Analisis	Online		Offline	
<i>Standard costing</i>	Rp	2.092	Rp	2.324
<i>Target costing</i>	Rp	1.750	Rp	1.750
Selisih biaya	Rp	342	Rp	574

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan data tersebut, metode *target costing* mampu membantu perusahaan dalam menekan biaya lebih efisien. Hal ini dikarenakan pengeluaran perusahaan sebelum dilakukan metode *target costing* yaitu sebesar Rp 2.092,- per kemasan untuk *online* dan Rp 2.324,- per kemasan untuk *offline*. Menggunakan metode *target costing*, perusahaan mengeluarkan biaya produksi dan non produksi sebesar Rp 1.750 untuk setiap kemasannya yang berarti lebih efisien sebesar Rp 342,- untuk *online* dan Rp 574,- untuk *offline*.

Tabel 19. Perbandingan Hasil Analisis Gethuk Pisang UKM Citra Baru Tahun 2017

Perbandingan Hasil Analisis Per Tahun			
Tahun	Standard Costing		Target Costing
2017	Rp	189.061.509	Rp 156.800.000
Selisih Biaya	Rp32.261.509		

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan data tersebut, biaya pengeluaran menggunakan *standard costing* lebih tinggi dibandingkan metode *target costing*. Selama satu tahun, perusahaan harus mengeluarkan biaya sebesar Rp 189.061.509,- untuk melakukan produksi. Menggunakan metode *target costing*, perusahaan dalam setahun mengeluarkan biaya produksi maupun non produksi sebesar Rp 156.800.000,-. Hal ini membuktikan bahwa metode *target costing* mampu menekan biaya pengeluaran perusahaan sebesar Rp 32.261.509,-.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini didapatkan beberapa kesimpulan. Kesimpulan ini sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian terkait Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Efisiensi Biaya Produksi Produk Gethuk Pisang yaitu:

1. Perbandingan antara penjualan *online* dan penjualan *offline* menunjukkan hasil persentase sebesar 80% untuk penjualan *online* dan 20% untuk penjualan *offline*. Penjualan *online* yang dilakukan oleh UKM Citra Baru yaitu penjualan melalui *website*, *facebook*, dan *whatsapp*. Persentase perbandingan penggunaan aplikasi pemesanan untuk konsumen yaitu 5% *facebook*, 15% *website*, dan 60% *whatsapp*. Maka dapat disimpulkan bahwa pemakaian konsumen dalam memesan produk gethuk pisang lebih sering menggunakan aplikasi *whatsapp*.
2. Hasil dari perhitungan pada pembahasan, dapat diketahui bahwa produk gethuk pisang pada UKM Citra Baru mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp 189.061.509,- dengan biaya non produksi sebesar Rp 1.703.500,- pada tahun 2017. Keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 33.234.991,-. Pengeluaran untuk gethuk pisang yang terjual *online* yaitu sebesar Rp 2.092,- per kemasan. Keuntungan yang didapatkan dari penjualan secara *online* sebesar 16% yaitu Rp 408,- per kemasannya. Dapat disimpulkan bahwa keuntungan tersebut belum sesuai dengan harapan perusahaan, karena perusahaan menginginkan keuntungan sebesar 30%.
3. Berdasarkan hasil efisiensi biaya produksi menggunakan metode *target costing*, UKM Citra Baru mampu menekan biaya produksi menjadi Rp 156.800.000,- per tahun. Pengeluaran untuk gethuk pisang yang terjual *online*, yaitu sebesar Rp 1.750,- per kemasan. Keuntungan yang didapatkan dari penjualan secara *online* sebesar Rp 750,- per kemasannya. Dapat disimpulkan bahwa dengan metode *target costing*, pengeluaran biaya produksi lebih efisien dan perusahaan mampu mendapatkan keuntungan sebesar 30%.

6.2 Saran

Hasil dari pembahasan dan kesimpulan didapatkan beberapa saran untuk perusahaan. Saran yang diberikan merupakan jawaban alternatif yang diberikan oleh peneliti untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Saran yang didapatkan dari penelitian terkait Penerapan *Target Costing* Sebagai Upaya Efisiensi Biaya Produksi Produk Gethuk Pisang yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya bekerjasama dengan *go-food* untuk proses pemesanan dan pengiriman gethuk pisang yang berada di wilayah sekitar Kediri. Bekerjasama dengan *go-food* memberikan keuntungan bagi UKM Citra Baru, salah satunya yaitu semakin meluasnya pangsa pasar sehingga produk gethuk pisang UKM Citra Baru makin dikenal oleh konsumen. Selain itu, perusahaan menambahkan media sosial dengan menggunakan Tokopedia dan *Shopee*. Keuntungan dalam penggunaan Tokopedia dan *Shopee*, konsumen bisa langsung memesan melalui aplikasi tersebut tanpa harus menghubungi pemilik melalui *whatsapp* dan produk gethuk pisang mampu dikenal masyarakat luas, tidak hanya disekitar Jawa Timur.
2. Peneliti menyarankan perusahaan UKM Citra Baru mengganti perhitungan biaya *standard costing* menjadi metode *target costing*. Penggunaan metode *target costing* mampu menekan biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dan perusahaan mampu mendapatkan keuntungan sesuai yang diharapkan yaitu sebesar 30%.
3. UKM Citra Baru sebaiknya mengganti supplier bahan bakunya dari pasar Setono Betek ke pasar Grosir, karena harga pisang raja nangka lebih terjangkau di pasar Grosir. Pembelian daun pisang sebagai pembungkus kemasan sebaiknya diganti dari daun pisang kepok menjadi daun pisang klutuk. Alasan penggantian kemasan menjadi daun pisang klutuk karena harga yang lebih terjangkau dan daun pisang klutuk juga mampu digunakan untuk pembungkus makanan. Pada upah tenaga kerja bagian produksi, pemilik sebaiknya melakukan pengurangan upah karena terdapat jeda waktu kosong selama 5 jam yaitu pada proses pengukusan pisang. Sehingga pengurangan biaya produksi ini mampu meningkatkan laba perusahaan tanpa mengurangi kualitas dari produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinegara, Ryan Revianto dan Endang Raino W. 2014. *Target Costing Untuk Produk Almari Pada UD Mulya*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Annisa, Nurul. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus Pada Pemasaran Online Di "REALInc Store")*. Serang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Anshari, Rindy. 2015. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online Dan Tingkat Kepuasan Membeli*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.
- Anugerah, Eza Gusti. 2015. *Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Peningkatan Laba Perusahaan (Studi Kasus Pada Produsen Tape Sumber Madu)*. Jember: Universitas Jember.
- Arifin, Johar. 2007. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Aplikasi Excel untuk Akuntansi Manajemen Modern*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Blocher, Edward J., Kung H. Chen, Thomas W. Lin. 2000. *Manajemen Biaya: Dengan Tekanan Strategik Jilid 1*. Diterjemahkan oleh: Susty Ambarriani. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Timur. 2017. *Data UMKM*. Online, (<http://diskopukm.jatimprov.go.id/view-media.php?pages=content&id=57&bidang=>).
- Fuad, M., Christin H., Nurlela, Sugiarto, Paulus Y.E.F. 2006. *Pengantar Bisnis (Cetakan kelima)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hery. 2014. *Controllershship: Manajemen Strategis, Pengendalian Internal*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Iqbal, Mohammad. 2007. *Mendongkrak Kinerja Bisnis Bengkel Roda 4 dan Roda 2*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Khoiri, Merediansyah Amalul. 2016. *Pendekatan Target Costing Dalam Rangka Meningkatkan Efisiensi Produksi Kopi Bubuk Surya (Studi Kasus pada UD. Surya Mandiri, Desa Ngasem, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, Jawa Timur)*. Malang: Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.
- Kusnadi, Nanang Sasongko, Neneng Dahtiah, dan Zahroh. 1999. *Akuntansi Biaya (Tradisional dan Modern)*. Bandung: Fakultas Ekonomi, Universitas Jenderal Achmad Yani.
- Kuswadi. 2008. *Memahami Rasio-Rasio Keuangan bagi Orang Awam (Cetakan ke-2)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Malue, Jurgen. 2013. *Analisis Penerapan Target Costing Sebagai Sistem Pengendalian Biaya Produksi Pada PT Celebes Mina Pratama*. Manado: Fakultas Ekonomi, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Matz, Adolph, Milton F. Usry, dan Lawrance H. Hammer. 1993. *Cost Accounting Planning and Control, 9th edition (Cetakan Ketiga)*. Diterjemahkan oleh: Alfansos Sirait dan Herman Wibowo. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Maulida, Nabilla Fachrizka. 2017. *Analisis Nilai Tambah Dan Profitabilitas Usaha Getuk Pisang Berdasarkan Teknologi Di Kabupaten Kediri*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Monden, Yasuhiro. 1995. *Sistem Produksi Toyota*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Mulyadi. 1986. *Akuntansi Biaya: Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. Yogyakarta: PT. BPFY Yogyakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Musrofi. 2008. *Creative Manager, Creative Entrepreneur*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Papas, James L. Dan Mark Hirschey. 1995. *Managerial Economics*. Diterjemahkan oleh: Daniel Wirajaya. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Pardamean, Maruli. 2007. *Kupas Tuntas Agribisnis Kelapa Sawit*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Pratiwi, Aderia Bagus. 2015. *Perencanaan Strategi Pemasaran Getuk Pisang Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus di UKM Rasa Manis Kediri)*. Malang: Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Putri, Lucy Astarina Ariyani. 2013. *Penerapan Metode Standard Costing Dalam Pengendalian Biaya Produksi (Studi Kasus: UKM Tahu Eco Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro.
- Rizki, Rika Ferdian. 2003. *Pengaruh Jenis Dan Tingkat Kematangan Pisang Terhadap Karakteristik Fisik Dan Sensoris Getuk Pisang*. Jember: Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember.
- Samryn. 2012. *Akuntansi Manajemen: Informasi Biaya Untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Informasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Supriyono, 2002. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

- Wardani, Tian Anggita. 2017. *Ananlisis Efisiensi Biaya Produksi Jenang Waluh Dengan Penerapan Metode Target Costing Pada UKM Teguh Rahardjo, Ponorogo, Jawa Timur*. Malang: Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya.
- Witjaksono, Armanto. 2013. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



LAMPIRAN



Lampiran 1. Dokumentasi Proses Produksi Gethuk Pisang

	<p>Pemanasan daun pisang agar terlihat layu dan mengkilat</p>
	<p>Pengambilan pisang setelah dikukus 5 jam</p>
	<p>Proses penggilingan pisang dan penambahan bahan penolong</p>

Lampiran 2. Dokumentasi Proses Pengemasan Gethuk Pisang

	<p>Gethuk pisang siap dikemas</p>
	<p>Proses penimbangan gethuk pisang</p>
	<p>Proses pengemasan gethuk pisang</p>

Lampiran 2 (Lanjutan). Dokumentasi Proses Pengemasan Gethuk Pisang

	<p>Proses penempelan logo pada kemasan</p>
	<p>Pengemasan gethuk pisang untuk pemesanan <i>online</i></p>

Lampiran 3. Dokumentasi Produk Gethuk Pisang Citra Baru

	<p>Gethuk pisang hasil produksi UKM Citra Baru</p>
	<p>Gethuk pisang hasil produksi UKM Citra Baru</p>
	<p>Logo pada kemasan gethuk pisang Citra Baru</p>

Lampiran 4. Dokumentasi Bersama Pemilik UKM Citra Baru



Bersama pemilik UKM Citra Baru



Wawancara bersama Ibu Yayuk selaku pemilik UKM Citra Baru

Lampiran 5. Biaya Bahan Baku Per Bulan

No	Bulan	Jumlah Biaya (Rp)	
		Online	Offline
1	Januari	Rp 3.840.000	Rp 960.000
2	Februari	Rp 4.800.000	Rp 1.200.000
3	Maret	Rp 4.800.000	Rp 1.200.000
4	April	Rp 4.800.000	Rp 1.200.000
5	Mei	Rp 1.600.000	Rp 400.000
6	Juni	Rp 7.040.000	Rp 1.760.000
7	Juli	Rp 4.800.000	Rp 1.200.000
8	Agustus	Rp 5.120.000	Rp 1.280.000
9	September	Rp 4.800.000	Rp 1.200.000
10	Oktober	Rp 4.800.000	Rp 1.200.000
11	November	Rp 5.120.000	Rp 1.280.000
12	Desember	Rp 5.760.000	Rp 1.440.000
Total Biaya Keseluruhan		Rp 57.280.000	Rp 14.320.000

Lampiran 6. Rincian Upah Tenaga Kerja Tahun 2017

No	Jenis Tenaga Kerja	Upah	Jumlah Tenaga Kerja	Total
1	Bagian Produksi	Rp 70.000 / hari	4	Rp 53.760.000
2	Bagian Pengemasan	Rp 30.000 / hari	3	Rp 17.280.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung Per Tahun				Rp 71.040.000

Lampiran 7. Biaya *Overhead* Pabrik Tahun 2017

No	Jenis Biaya Bahan Penolong	Total Biaya
1	Gula	Rp 2.016.000
2	Vanili	Rp 1.344.000
3	Benzoat	Rp 120.000
4	Kayu bakar	Rp 5.760.000
Total Biaya		Rp 9.240.000
No	Jenis Biaya Kemasan	Total Biaya
1	Daun pisang	Rp 28.800.000
2	Isolasi	Rp 10.000
3	Lidi	Rp 4.000
4	Logo	Rp 5.280.000
Total Biaya		Rp 34.094.000
No	Jenis Biaya Lain-lain	Total Biaya
1	Listrik	Rp 2.400.000
Total Biaya		Rp 2.400.000
Total Keseluruhan		Rp 45.734.000



Lampiran 8. Biaya Penyusutan Peralatan Pabrik Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Jumlah Barang	Harga Awal	Harga Akhir	Umur Ekonomis	Total Biaya
1	Penggiling	1	Rp 1.500.000	Rp 700.000	10	Rp 80.000
2	Timbangan	1	Rp 320.000	Rp 150.000	10	Rp 17.000
3	Tungku	1	Rp 50.000	Rp 15.000	17	Rp 2.059
4	Dandang	2	Rp 3.560.000	Rp 700.000	10	Rp 572.000
5	Solet	2	Rp 700	Rp 200	2	Rp 500
6	Entong	2	Rp 5.000	Rp 1.500	5	Rp 1.400
7	Tempat Isolasi	2	Rp 20.000	Rp 5.000	8	Rp 3.750
8	Bak	2	Rp 7.000	Rp 2.500	5	Rp 1.800
9	Gunting	3	Rp 10.500	Rp 3.500	5	Rp 4.200
10	Pisau	3	Rp 15.000	Rp 7.000	5	Rp 4.800
Total Biaya						Rp 687.509

Perhitungan biaya penyusutan per alat:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga awal} - \text{harga akhir}}{\text{umur ekonomis}} \times \text{jumlah barang}$$

1. Penggiling

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 1.500.000 - \text{Rp } 700.000}{10} \times 1 = \text{Rp } 80.000$$

2. Timbangan

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 320.000 - \text{Rp } 150.000}{10} \times 1 = \text{Rp } 17.000$$

3. Tungku

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 50.000 - \text{Rp } 15.000}{17} \times 1 = \text{Rp } 2.059$$

4. Dandang

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 3.560.000 - \text{Rp } 700.000}{10} \times 2 = \text{Rp } 572.000$$

5. Solet

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 700 - \text{Rp } 200}{2} \times 2 = \text{Rp } 500$$

6. Entong

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 5.000 - \text{Rp } 1.500}{5} \times 2 = \text{Rp } 1.400$$

7. Tempat isolasi

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 20.000 - \text{Rp } 5.000}{8} \times 2 = \text{Rp } 3.750$$

8. Bak

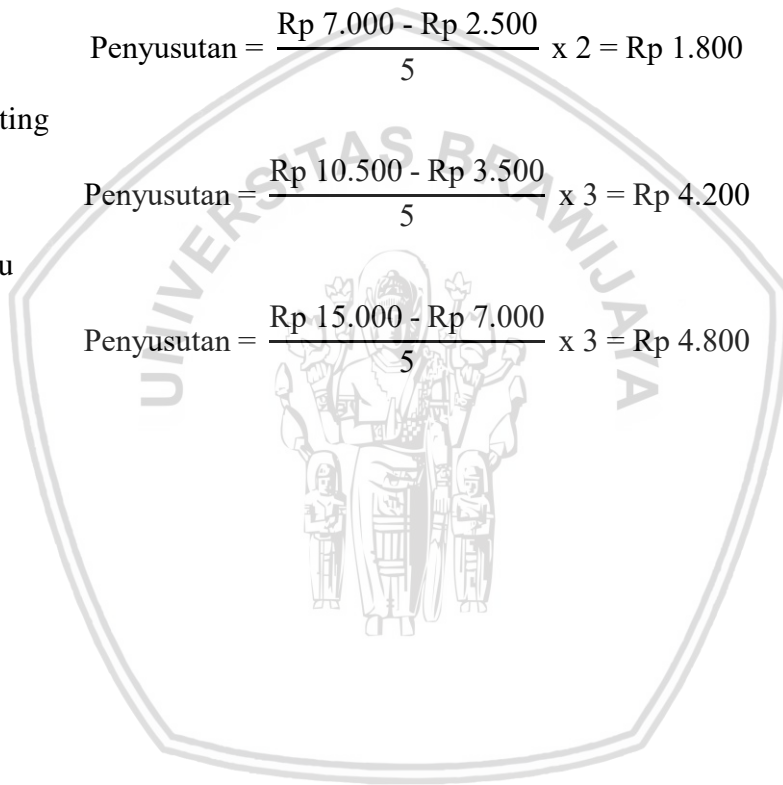
$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 7.000 - \text{Rp } 2.500}{5} \times 2 = \text{Rp } 1.800$$

9. Gunting

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 10.500 - \text{Rp } 3.500}{5} \times 3 = \text{Rp } 4.200$$

10. Pisau

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 7.000}{5} \times 3 = \text{Rp } 4.800$$



Lampiran 9. Rincian Biaya Non Produksi Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Total Biaya	
1	Biaya Pemasaran (Online)	Rp	1.100.000
2	Transportasi dan Pengiriman	Rp	580.000
3	Administrasi		
	Pulpen	Rp	7.500
	Buku	Rp	10.000
	Tipe-X	Rp	6.000
Total Biaya		Rp	1.703.500

Lampiran 10. Biaya Produksi Tahun 2017

No	Jenis Biaya	Total Biaya	
		Online	Offline
1	Bahan Baku	Rp 57.280.000	Rp 14.320.000
2	Tenaga Kerja	Rp 71.040.000	Rp 71.040.000
3	Overhead Pabrik	Rp 46.421.509	Rp 46.421.509
4	Non Produksi	Rp 1.703.500	Rp 1.703.500
Total Biaya		Rp 176.445.009	Rp133.485.009

Lampiran 11. Efisiensi Biaya Sebelum Rekayasa Nilai

No	Jenis Biaya	Biaya Per Satuan	Total Biaya
1	Bahan baku (pisang)	Rp 10.000 / sisir	Rp 71.600.000
2	Kemasan (daun pisang)	Rp 1.500 / lembar	Rp 28.800.000
3	Tenaga Kerja Produksi	Rp 70.000 / hari	Rp 53.760.000
4	Pemasaran <i>Online</i>	Rp 140.000 / bulan	Rp 1.680.000
Total Keseluruhan			Rp 155.840.000

Lampiran 12. Efisiensi Biaya Sesudah Rekayasa Nilai

No	Jenis Biaya	Biaya Per Satuan	Total Biaya
1	Bahan baku (pisang)	Rp 8.000 / sisir	Rp 57.280.000
2	Kemasan (daun pisang)	Rp 1.000 / lembar	Rp 19.200.000
3	Tenaga Kerja Produksi	Rp 50.000 / hari	Rp 38.400.000
4	Pemasaran <i>Online</i>	Rp 115.000 / bulan	Rp 1.380.000
Total Keseluruhan			Rp 116.260.000



Lampiran 13. Asumsi Setelah Kerjasama dengan *Go-food* dan Penerapan Rekayasa Nilai

No	Jenis Biaya	Total Biaya		Biaya Per Kemasan	
1	Bahan Baku	Rp	45.824.000,00	Rp	304,68
2	Tenaga Kerja	Rp	55.680.000,00	Rp	370,21
3	<i>Overhead</i> Pabrik	Rp	36.821.509	Rp	245
4	Non Produksi	Rp	1.403.500	Rp	9
Total Biaya		Rp	139.729.009	Rp	929,05

Perhitungan:

1. Penerimaan Penjualan *Online*

Penerimaan = Harga jual x volume penjualan

$$= \text{Rp } 2.500 \times 150.400 = \text{Rp } 376.000.000,-$$

2. Harga Pokok Produksi Penjualan *Online*

Harga Pokok Produksi = Biaya per kemasan x volume penjualan

$$= \text{Rp } 929,05 \times 150.400 = \text{Rp } 139.729.009,-$$

3. Laba Bersih Penjualan *Online*

Laba Bersih = Penerimaan – harga pokok produksi

$$= \text{Rp } 376.000.000 - \text{Rp } 139.729.009 = \text{Rp } 236.270.991,-$$